

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PERBANKAN SYARIAH
MENGUNAKAN METODE *FUZZY - SERVICE QUALITY*
(Studi kasus di BANK SYARIAH MANDIRI CIK-DITIRO YOGYAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri**



Nama : Intan Ferry Atmaja

No. Mahasiswa : 07522068

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2011

PENGAKUAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 12 Oktober 2011

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Intan Ferry Atmaja'.

Intan Ferry Atmaja



BANK SYARIAH MANDIRI CIK-DITIRO YOGYAKARTA
Office : Gedung UII Jl. Cik Dik Tiro No. 1 Yogyakarta
Telp (0274) 555022

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan Bank Syariah Mandiri Cik-ditiro
yogyakarta, menerangkan bahwa:

Nama : Intan Ferry Atmaja

NIM : 07522068

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Benar-benar mengadakan penelitian di Bank Syariah Mandiri cabang Cik-ditiro
Yogyakarta guna penyusunan Tugas Akhir terhitung mulai bulan Agustus 2011 s/d
September 2011 dengan judul:

**“ANALISIS MUTU PELAYANAN KUALITAS JASA PERBANKAN SYARIAH
MENGUNAKAN METODE *FUZZY - SERVICE QUALITY*”**

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagai mana
perluanya.

Yogyakarta, 20 September 2011

Hormat Kami,

PT.BANK SYARIAH MANDIRI
KCP CIK DITIRO YOGYAKARTA

Bambang

HRD

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS MUTU PELAYANAN KUALITAS JASA PERBANKAN SYARIAH

MENGGUNAKAN METODE *FUZZY - SERVICE QUALITY*

(Studi kasus di BANK SYARIAH MANDIRI CIK-DITIRO YOGYAKARTA)



Disusun Oleh :

Nama : Intan Ferry Atmaja

No. Mhs : 07522068

Yogyakarta, Juli 2011

Dosen Pembimbing

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be 'Eskar Trimurti'.

Drs. Hj. Eskar Trimurti, MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PERBANKAN SYARIAH
MENGUNAKAN METODE *FUZZY - SERVICE QUALITY*
(Studi kasus di BANK SYARIAH MANDIRI CIK-DITIRO YOGYAKARTA)**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Intan Ferry Atmaja

No. Mhs : 07522068

**Telah dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Oktober 2011**

Tim Penguji

Drs. Hj. Eskar Trimurti, MM

Ketua

Drs. H. M. Ibnu Mastur, MSIE

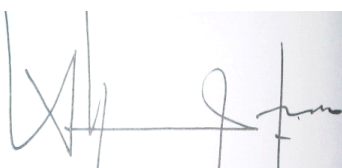
Anggota I

Muhammad Ridwan Andi Purnomo, ST, MSc, Ph.D

Anggota II

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia**

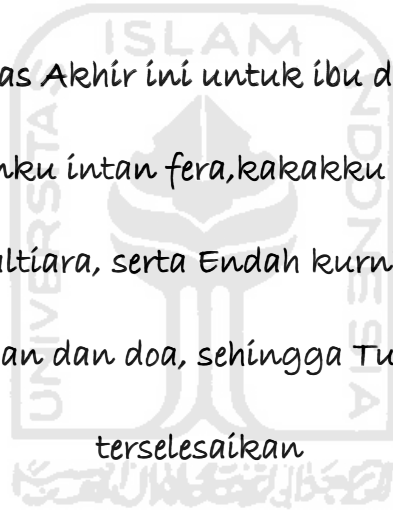


Drs. H. M. Ibnu Mastur, MSIE

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

*Kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk ibu dan almarhum ayah ku
tersayang, kembaranku intan fera, kakakku billy rhamadona dan
nicky anggraini altiara, serta Endah kurnia asih yang selalu
memberikan dorongan dan doa, sehingga Tugas Akhir ini dapat
terselesaikan*



MOTTO

Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S Al-Insyirah [94]: 5-8)

Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

(QS. Ar-Ra'd [13] : 11)

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah atas segala rahmat dan nikmat serta anugerah yang telah diberikan kepada kita semua sehingga dapat bernafas dan beriman dalam Islam, Serta tidak lupa pula kita panjatkan puji syukur kehadiran Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW. Dengan segala rahmatNya pula Tugas Akhir dengan judul “ **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PERBANKAN SYARIAH MENGGUNAKAN METODE *FUZZY - SERVICE QUALITY***” ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini diselesaikan sebagai syarat mendapatkan gelar Strata-1 Fakultas Teknologi Industri Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia

Kelancaran dalam mempersiapkan serta menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Drs. Hj. Eskar Trimurti, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
4. Kedua orang tuaku Almarhum Syaiful anwar dan Ibu Saniah Asti yang selalu memberikan dorongan, doa, kasih sayang, nasehat-nasehat serta dukungan moral maupun materi.
5. Semua pihak yang telah memberi semangat dan segala masukan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Oktober 2011



Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Intan Ferry Atmaja', is placed over a light blue rectangular background.

Intan Ferry Atmaja

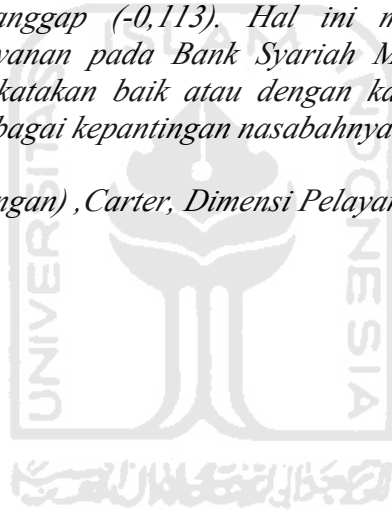
ABSTRAK

Bank Syariah Mandiri adalah salah satu Perbankan Syariah di Yogyakarta yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Perusahaan ini terus berkembang dan selalu berusaha untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan pelayanan Bank Syariah Mandiri dengan cara meningkatkan kepuasan nasabah.

Sebagai salah satu langkah untuk mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri. Cabang Cik-dik-tiro Yogyakarta adalah dengan mengukur kualitas (gap) kesenjangan yang terjadi antara persepsi pelanggan dengan harapan/keinginan pelanggan dengan menempatkannya dalam dimensi pelayanan dengan adaptasi model Carter: Prinsip dan Hukum Islam, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik. Pengukuran tersebut dilakukan dengan mengadakan uji kuisioner dengan skala likert, sehingga terkumpul 75 nasabah. Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan metode Fuzzy-Servqual.

Sehingga diperoleh informasi rata-rata gap tiap dimensi : Prinsip dan Hukum Islam sebesar (0,306), Jaminan (-0,122), Keandalan (-0,197), Bukti fisik (0,200), Empati (0,547), Daya tanggap (-0,113). Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cik-dik-tiro Yogyakarta sudah bisa dikatakan baik atau dengan kata lain kualitas pelayanan sudah dapat memenuhi berbagai kepentingan nasabahnya.

Kata kunci : *Gap (Kesenjangan) , Carter, Dimensi Pelayanan, Fuzzy-Servqual*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kajian Induktif.....	7
2.2 Kajian Deduktif.....	11
2.2.1 Definisi jasa.....	11
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	11

2.2.3 Definisi Kualitas.....	13
2.2.4 Definisi Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	14
2.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.6 Model kualitas Jasa	16
2.2.7 Definisi kepuasan pelanggan.....	19
2.2.8 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	21
2.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
2.3.1 Kuisisioner.....	22
2.3.2 Sampel.....	22
2.3.3 Pengujian Kuisisioner.....	23
2.4 Pengukuran ServQual.....	25
2.5 Model CARTER.....	26
2.6 Teori Fuzzy Set.....	27
2.7 Analisis Diagram Kartesius.....	28
2.8 Triangular Fuzzy Numer (TFN).....	30
2.9 Defuzzyfikasi.....	34
2.10 Algoritma Fuzzy ServQual.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Tempat dan Objek Penelitian.....	39
3.2 Identifikasi Masalah.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Pengumpulan Data.....	39
3.3.2 Data yang dibutuhkan.....	40
3.4 Pengolahan Data.....	41

3.5 Analisis CARTER.....	44
3.6 Diagram Kartesius.....	44
3.7 Algoritma Fuzzy Service Quality.....	45
3.8 Analisis Penelitian.....	51
3.9 Kesimpulan Dan Saran.....	51
3.10 Diagram Alir Penelitian.....	52
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	53
4.1 Data Perusahaan.....	53
4.1.1 Sejarah Bank Mandiri.....	53
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	55
4.2 Pengumpulan Data.....	55
4.3 Pengolahan Data.....	58
4.3.1 Uji Kecukupan Data.....	58
4.3.2 Uji Validitas.....	59
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	65
4.3.4 Diagram Kartesius.....	65
4.3.5 Perhitungan Fuzzy Servqual.....	66
4.3.5.1 Proses Fuzzyfikasi.....	66
4.3.5.2 Proses Defuzzyfikasi.....	72
4.3.5.3 Pengukuran Servqual.....	77
4.3.5.4 Proses Perangkingan Atribut.....	80
BAB V PEMBAHASAN.....	83
5.1 Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	83
5.1.1 Pengujian Validitas.....	83
5.1.2 Pengujian Reliabilitas.....	83

5.2 Analisa Diagram Kartesius.....	84
5.3 Analisa <i>Fuzzy-SerQual</i>	90
BAB VI KESIMPULAN SARAN.....	97
6.1 Kesimpulan.....	97
6.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

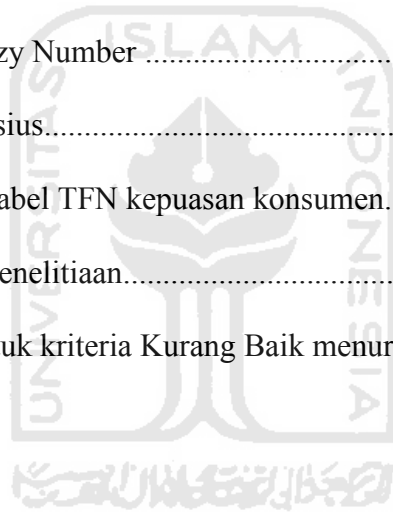


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Dimensi penilaian knse kualitas pelayanan.....	12
Tabel 2.2 Fungsi Keanggotaan Fuzzy.....	32
Tabel 4.1 Tabel Atribut pernyataan dalam kuisisioner.....	54
Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Validitas butir kepentingan.....	59
Tabel 4.3 Tabel Hasil Uji Validitas butir kepuasan.....	61
Tabel 4.4 Tabel Hasil Fuzzyfikasi Kepentingan Responden.....	65
Tabel 4.5 Tabel Hasil Fuzzyfikasi Kepuasan Responden.....	68
tabel 4.6 Tabel Derajat Keanggotaan dan Defuzzyfikasi kepentingan.....	70
Tabel 4.7 Tabel Derajat Keanggotaan dan Defuzzyfikasi kepuasan.....	73
Tabel 4.8 Tabel Harapan, Presepsi, dan GAP Tiap Atribut.....	75
Tabel 4.9 Tabel <i>Kualitas Pelayanan tiap dimensi</i>	77
Tabel 4.10 Tabel Hasil Perangkingan Atribut.....	78
Tabel 4.11 Butir yang di Prioritaskan untuk tiap dimensi	80
Tabel 5.1 Atribut-atribut Dalam Kuadran I	83
Tabel 5.2 Atribut-atribut Dalam Kuadran II	86
Tabel 5.3 Atribut-atribut Dalam Kuadran III	87
Tabel 5.4 Atribut-atribut Dalam Kuadran IV	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 . Model Kualitas jasa (<i>Gap Model</i>).....	14
Gambar 2.2 <i>Extended Model of Service Quality</i>	19
Gambar 2.3 Konsep kepuasan pelanggan.....	20
Gambar 2.4 Diagram Kartesius.....	29
Gambar 2.5 <i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i> $M = (a,b,c)$	30
Gambar 2.6 Fungsi Keanggotaan Untuk Variabel Penilaian Pelanggan.....	31
Gambar 2.7 Fungsi keanggotaan untuk variabel <i>TFN</i> penilaian responden.....	34
Gambar 4.1 Himpunan Fuzzy Number	26
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	43
Gambar 3.2 Fungsi Set variabel TFN kepuasan konsumen.....	44
Gambar 3.6 Diagram Alir penelitian.....	43
Gambar 4.4 Kurva TFN untuk kriteria Kurang Baik menurut responden.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sudah sangat pesat. Pada awal munculnya perbankan syariah hingga tahun 1998 dapat dikatakan mengalami perkembangan yang lambat. Hal ini diakibatkan karena tidak adanya perangkat hukum yang mendukung sistem operasional bank syariah, kecuali UU no. 7 tahun 1992 dan PP no. 72 tahun 1992. Dalam UU tersebut bank syariah dipahami sebagai institusi yang menyediakan pelayanan jasa di bidang perbankan yang didasarkan pada prinsip syariah namun selebihnya bank syariah harus tunduk kepada peraturan perbankan umum yang berbasis konvensional. Oleh karena manajemen bank syariah masih mengadopsi produk produk perbankan konvensional yang "disyariahkan", hal ini mengakibatkan variasi produk bank syariah yang terbatas. Akibatnya tidak semua kebutuhan masyarakat terakomodasi dan produk yang ada tidak kompetitif terhadap semua produk bank konvensional (Bank Indonesia, 2002).

Setelah akhir tahun 2000 sudah mulai banyak perbankan konvensional yang melakukan strategi dengan membuka layanan perbankan dengan prinsip syariah, salah satunya yaitu Bank Mandiri Syariah. Di sini perbankan nasional tersebut menerapkan sistem perbankan ganda atau *dual banking system*, yaitu penggunaan perbankan konvensional dan syariah yang berjalan secara paralel.

Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasar prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas

pembayaran. Sesuai dengan UU no. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU no. 7 tahun 1992 mengenai perbankan “Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan saat ini. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Metode pengukuran kualitas layanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional serta banyak digunakan secara luas adalah metode SERVQUAL. Metode SERVQUAL didasarkan pada “*Gap Model*” yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. (1988, 1991, 1993, 1994).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro, di karenakan ketertarikan peneliti melihat kemampuan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro dalam memberikan pelayanan yang maksimal sehingga sampai saat ini telah memiliki *market share* yang tinggi dengan jumlah nasabah yang terus berkembang.

Peneliti ingin mengetahui seberapa besar kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro, serta penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa yang diberikan Bank Syariah

Mandiri Cabang Cikditiro terhadap nasabahnya dengan menggunakan metode Fuzzy Service Quality berdasarkan adaptasi Model carter merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.

1.2 Rumusan Masalah

Perbankan syariah sebagai penyedia jasa memiliki karakteristik produk yang hampir sama dengan perbankan yang lainnya. Hal ini terlihat dari kesamaan produk yang ditawarkan pada tiap perbankan yang ada. Sehingga perbedaan yang mendasar pada tiap perbankan terletak pada pelayanan yang diberikan oleh masing-masing bank syariah tersebut.

1. Apakah ada kesenjangan (gap) antara kualitas pelayanan yang di persepsikan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro dengan adaptasi Model CARTER?
2. Variabel-variabel apa saja yang harus di prioritaskan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis terlebih dahulu memberi batasan permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian ini adalah penelitian *survey* kualitas layanan jasa pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro.
2. Terdapat 6 (Dimensi) dimensi kualitas layanan yang diteliti, yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.
3. Responden yang diteliti merupakan nasabah yang melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui apakah ada kesenjangan (gap) antara kualitas pelayanan yang di persepsikan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro dengan adaptasi Model CARTER.
2. Mengidentifikasi variabel-variabel apa saja yang harus diprioritaskan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan bank Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berupa:

1. Bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro
 - a. Memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perbankan syariah.
 - b. Memberikan informasi tentang prioritas variabel-variabel perbaikan dalam meningkatkan kualitas jasa di perbankan syariah.
 - c. Informasi tentang kinerja (performance) pelayanan yang diberikan oleh bank syariah.
 - d. Memberikan informasi mengenai kemampuan bank syariah dalam memahami kualitas pelayanan kepada nasabahnya.

2. Bagi Peneliti
 - a. Sebagai media untuk mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki secara teoritis dan menambah wawasan mengenai kualitas jasa perbankan syariah.
 - b. Merupakan kesempatan untuk lebih memahami mengenai kepuasan pelanggan mengenai kualitas jasa dengan adaptasi Model CARTER.
3. Bagi dunia akademis
 - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang manajemen operasi terutama mengenai Mutu pelayanan dengan adaptasi Model CARTER.
 - b. Dapat memberikan tambahan wawasan dan sebagai referensi dalam bidang operasi mengenai kualitas layanan jasa pada Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro dengan adaptasi model CARTER

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstrukturnya penulisan tugas akhir ini maka selanjutnya sistematika penulisan ini di susun sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini akan diuraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Berisi uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Disamping itu juga berisi tentang

konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar – dasar teori untuk mendukung kajian yang akan dilakukan.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang bahan atau materi penelitian, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGEOLAHAN DATA

Menguraikan tentang data – data yang dihasilkan selama penelitian kemudian pengolahan data dengan metode yang telah ditentukan hasil analisa.

BAB V. PEMBAHASAN

Membahas hasil penelitian tentang hasil penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasinya atau saran yang harus diberikan untuk penelitian lanjutan.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan hasil penelitian. Rekomendasi atau saran-saran yang perlu diberikan, baik terhadap peneliti sendiri maupun kepada peneliti lain yang dimungkinkan hasil penelitian tersebut dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian induktif

Othman dan Owen (2001) dalam penelitiannya mengadopsi model CARTER dalam menganalisis kualitas layanan jasa pada Bank Syariah yang ada di Kuwait. Penelitian tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 360 nasabah Bank Syariah di Kuwait. Dalam penelitiannya ditemukan 6 dimensi yang membentuk kepuasan nasabah pada bank syariah yaitu: *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*. Dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa 6 dimensi CARTER yang terdiri dari 34 item menunjukkan hasil yang cocok jika diaplikasikan dalam uji Analisis Faktor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perbankan syariah saat ini harus memperbaiki *service financial* karena kuatnya kompetisi diantara perbankan yang ada di Kuwait dan cepatnya perubahan teknologi yang semakin maju. Bank Syariah harus memberikan perhatian yang lebih untuk perubahan tersebut dan memulai untuk menetapkan strategi agar dapat memberikan suatu produk yang berkualitas dan pelayanan yang maksimal untuk kepuasan nasabah.

Soviyanti dan Ciptono (2008) melakukan penelitian pada perbankan syariah yang berada di Pekanbaru, Riau. Penelitian ini melibatkan 175 nasabah bank syariah yang terdiri dari Bank Muamalat Indonesia, BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Riau Syariah, dan Bank Mandiri Syariah di Pekanbaru. Dimensi pengukuran kualitas jasa

yang digunakan adalah model CARTER, dengan 6 dimensi. Setelah dilakukan analisis faktor dapat diketahui terdapat penambahan factor-faktor baru yang dapat mempengaruhi kualitas jasa pada bank syariah di Pekanbaru, faktor-faktor perbaikan kualitas layanan yang baru tersebut diantaranya: *reliability, competence, responsiveness, assurance, empathy, tangible, knowing the customer* dan *compliance*. Sedangkan hasil dari analisis jalur memperlihatkan bahwa faktor-faktor kualitas jasa pada perbankan syariah, dapat memperlihatkan pengaruh secara signifikan faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah sebesar 12,01 %, dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lainnya selain dimensi CARTER. Dari penelitian tersebut juga diketahui bahwa nasabah merasa puas terhadap keseluruhan layanan bank syariah sebesar 56%. Dengan demikian diharapkan kualitas jasa perbankan syariah dapat meningkat.

Selain itu juga terdapat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendriadi (2005) yang melakukan penelitian pada empat bank syariah di Yogyakarta yang terdiri atas nasabah Bank Muamalat Indonesia, BRI Syariah, BTN Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Responden dari penelitian tersebut berjumlah 140 nasabah. Tingkat kepuasan nasabah pada bisnis perbankan syariah di Yogyakarta menunjukkan sebesar 60% responden menyatakan puas terhadap pelayanan perbankan syariah secara keseluruhan. Selain itu faktor-faktor kualitas jasa perbankan syariah yang diadaptasi dari model CARTER yang terdiri dari *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*, setelah dilakukan analisis faktor terdapat penambahan dua dimensi yaitu *credibility* dan *courtesy*. Analisis jalur memperlihatkan bahwa faktor-faktor kualitas jasa pada perbankan syariah mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 25,09%.

Tahir dan Mazlina (2007) menganalisis *commercial bank* yang ada di Malaysia dengan mengaplikasikan model SERVQUAL yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. Tujuan dari penelitian ini untuk meneliti pandangan, persepsi dan harapan dari nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh *commercial bank* yang ada di Malaysia. Dimensi yang digunakan adalah SERVQUAL yang meliputi *responsiveness, reliability, tangible, assurance, dan empathy*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen pada *commercial bank* di Malaysia puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank. Namun terdapat catatan yang penting untuk *commercial bank*, yaitu dengan lingkungan yang kompetitif dan globalisasi yang terjadi di Malaysia maka manajemen pada *commercial bank* agar lebih serius melakukan perbaikan pada *Quality Programs* perusahaan dan sistem pelayanan.

Much Djunaidi dan Tri Haryanto (2006) menganalisis kepuasan pelanggan dengan pendekatan Fuzzy Service Quality dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di puskesmas Kerjo Karanganyar. Dengan dasar pemikiran apakah kualitas pelayanan yang selama ini diberikan puskesmas Kerjo Karanganyar sesuai dengan harapan konsumennya. Hasil penelitian terdapat gap sebesar -3,361, hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan puskesmas kerjo masih belum terpenuhi.

Kharisma Putra (2011) Mengukur tingkat kepuasan penumpang terhadap kinerja pelayanan Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru sudah sesuai dengan keinginan penumpang atau belum. Pengukuran tingkat kepuasan penumpang menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan metode *service quality (servqual)* dengan kombinasi metode *Fuzzy*. Hasil penelitian, Penumpang Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru menilai bahwa kepuasan yang

mereka peroleh dari kinerja Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru, belum sepenuhnya sesuai dengan kepentingan atau harapan, sehingga perlu dilakukan perbaikan karena tingkat kesesuaian kelima atribut ini $\leq 68.1\%$.

Dari berbagai penelitian di atas, penulis melakukan penelitian Kualitas pelayanan di Bank Syariah Mandiri Cabang cikditiro Yogyakarta dengan menggunakan Metode Fuzzy Service Quality berdasarkan adaptasi model Carter. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa yang diberikan Bank Syariah Mandiri Cabang Cikditiro terhadap nasabahnya dengan menggunakan Model carter merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*, model ini modifikasi dari Metode SERVQUAL yang didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. karena kelima dimensi kualitas layanan SERVQUAL bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan Islam perlu mendapatkan modifikasi. dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL dan model carter terletak pada dimensi *Compliance*. Dimensi *Compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam. Dan dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* yang diintegrasikan dengan metode *Fuzzy (Triangular Fuzzy Number)* berdasarkan adaptasi carter, sehingga diperoleh hasil yang lebih mampu mengakomodasikan ketidakpastian dan ketidaktepatan dari penilaian seseorang yang bersifat kualitatif / subjektif dan juga untuk melakukan program perbaikan dalam pengendalian jasa layanan yang digunakan sebagai alternatif usulan dalam perbaikan kualitas jasa yang berorientasi

terhadap kepuasan pelanggan, sebagai salah satu strategi perusahaan dalam memberdayakan *Total Quality Service*.

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Definisi Jasa

Jasa merupakan bagian dari produk yang ditawarkan produsen untuk dapat digunakan, dapat dibeli atau disewa oleh pasar dalam hal ini pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Jasa merupakan produk yang tidak berwujud, berbeda dengan barang yang merupakan produk yang memiliki wujud fisik.

Menurut Kotler (1994), jasa adalah berbagai tindakan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan hak milik terhadap sesuatu. Proses produksinya dapat berkaitan dengan produk fisik ataupun tidak.

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996), definisi jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada saat yang sama dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk seperti kenyamanan, liburan, kecepatan, kesehatan yang secara prinsip adalah *intangible* bagi pembeli pertamanya. Dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu produk yang tidak berwujud, yang berupa tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh penyediaan jasa, yang dapat dirasakan dan diambil manfaatnya oleh pihak pengguna jasa.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Jasa cenderung dapat dirasakan daripada dimiliki. Sedangkan dalam penyediannya jasa dapat berdiri sendiri atau disertakan dengan suatu produk atau barang tertentu. Jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dari barang

dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya, Menurut Tjiptono (2002) keempat karakter yang membedakannya dengan industri manufaktur, antara lain :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak nyata, tidak dapat dilihat, dirasakan, dikecap atau dicium. Untuk dapat merasakan suatu produk jasa, pengguna jasa harus membelinya dan memakainya terlebih dahulu. Pengguna jasa mengambil kesimpulan mutu dari jasa suatu tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol-simbol dan harga dari jasa tersebut, karena jasa tidak dapat dirasakan secara langsung oleh indera manusia.

2. Keadaan tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi langsung pada saat yang sama. Apabila jasa diberikan oleh seseorang maka pihak pemberi jasa akan menjadi bagian dari jasa tersebut. Oleh sebab itu jasa sering tidak dapat dipisahkan dari pihak pemberi jasa, baik pemberi jasa itu adalah orang maupun mesin. Karena keterbatasan ini, maka pihak penyedia jasa harus terlatih untuk memberikan pelayanan yang baik, yang dapat memuaskan kepada pihak pengguna jasa.

3. Keanekarupaan (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel atau banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Variabilitas kualitas jasa dipengaruhi oleh tiga hal yaitu partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan beban kerja perusahaan. Dalam usaha untuk mengendalikan kualitasnya, penyedia jasa dapat melakukan beberapa langkah yaitu melakukan investasi dalam seleksi personal yang baik, melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh bagian

organisasi serta melakukan pemantauan kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, *survey* lapangan dan *comparison shopping*.

4. Keadaan tidak tahan lama dan permintaan tidak stabil (*Perishability*)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan serta pasar jasa berubah-ubah. Hal ini menimbulkan tantangan perencanaan produk, pemberian harga dan potensi bagi penyedia jasa. Namun dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan yaitu dalam bentuk pemesanan, misalnya reservasi tiket pesawat terbang dan penundaan penyampaian jasa, misalnya asuransi.

2.2.3 Definisi Kualitas

Menurut Gasperz (1997) mendefinisikan kualitas sebagai perbaikan terus-menerus. Ia mendasarkan pada peralatan statistik, dengan proses *bottom-up*. Gasperz (1997) tidak memasukkan biaya ketidakpuasan pelanggan, karena menurutnya biaya ini tidak dapat diukur.

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2002), yang dimaksud kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Philip Kotler (1997) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisi ini menekankan pada fokus pelanggan.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas dimaksudkan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis, yang selalu berubah (*moving target*). Dimana dalam hal ini kualitas harus diperbaiki setiap waktu karena produk yang dianggap berkualitas pada saat ini mungkin akan dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang.

2.2.4 Definisi Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Lewis & Booms (1983) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono 2005: 121).

Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yakni: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*) (Parasuraman, et al., 1985) dalam (Tjiptono 2005: 121). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* lebih baik dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa tersebut akan dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa tersebut akan dipersepsikan buruk atau negatif. Oleh sebab itu baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari penelitian Parasuraman, et al, (1990), ada 10 dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang digunakan pengguna jasa untuk menilai kualitas pelayanan. Adapun ke-10 dimensi umum tersebut disajikan didalam tabel 2.1 berikut ini :

Tabel 2.1 10 Dimensi Penilaian Konsep Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Keterangan
1.	<i>Tangibles</i>	Perihal dari fasilitas fisik, peralatan personil dan alat-alat komunikasi.
2.	<i>Reliability</i>	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan tepat.
3.	<i>Respon siveness</i>	Kemampuan untuk membantu pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang tepat.
4.	<i>Competence</i>	Penguasaan pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan
5.	<i>Courtesy</i>	Sikap hormat, sopan dan ramah tamah yang diberikan dalam memberikan pelayanan.
6.	<i>Credibility</i>	Kepercayaan yang diberikan kepada pemberi jasa.
7.	<i>Security</i>	Rasa bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
8.	<i>Acess</i>	Kemudahan dijangkau dan kemudian dihubungi.
9.	<i>Camunication</i>	Kemudahan berkomunikasi dengan pengguna jasa, termasuk kesediaan untuk mendengarkan keluhan dan keinginan pengguna jasa.
10.	<i>Understanding the customer</i>	Usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan pengguna jasa

Berdasarkan konsep kualitas pelayanan dan 10 dimensi penilaian diatas maka Parasuraman, et al., (1990) mengembangkan alat untuk mengukur kualitas pelayanan yang disebut “*servqual*”.

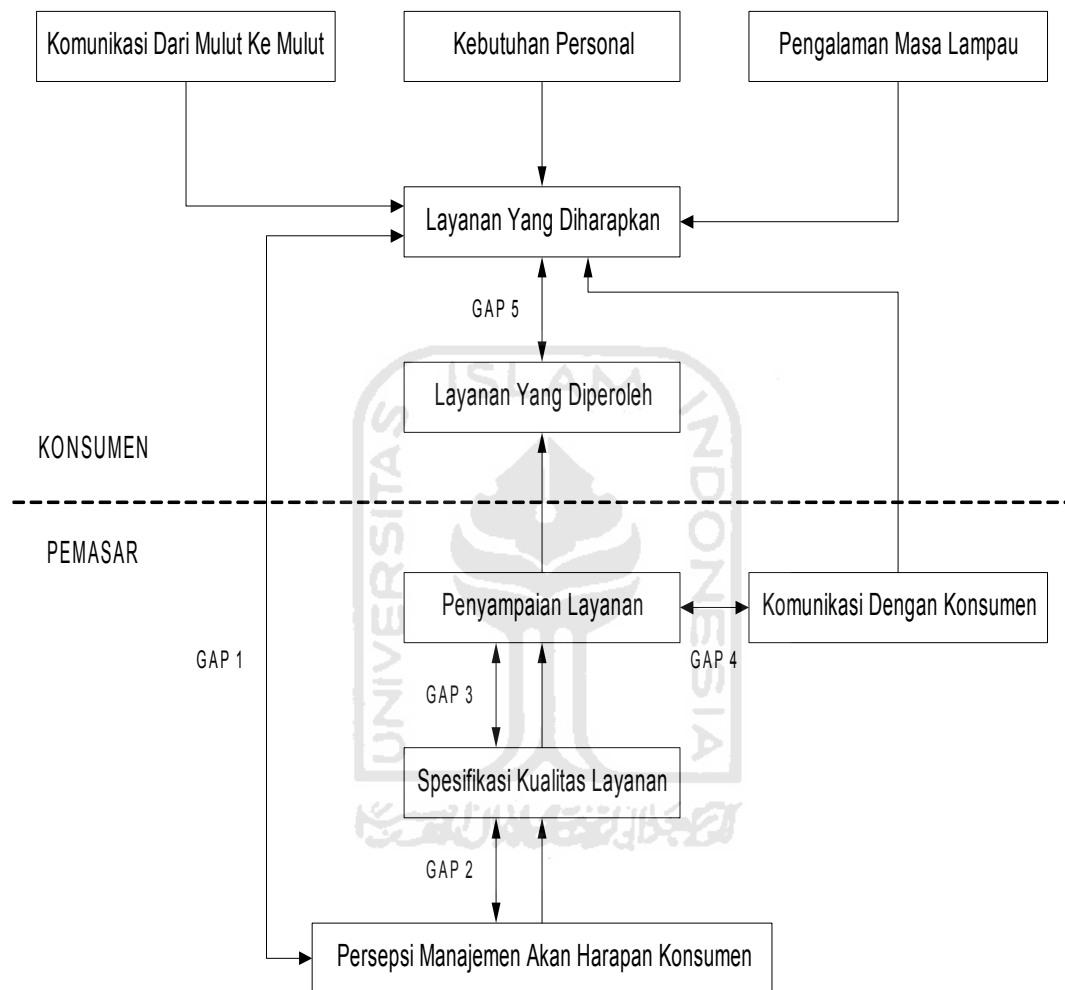
Pada *tool servqual*, tujuan dimensi umum yang terakhir digolongkan dalam dua dimensi yang lebih luas yaitu kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan, disatukan menjadi jaminan (*assurance*) dan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan diintegrasikan menjadi empati (*empathy*), sehingga dimensi-dimensi dalam *servqual* disederhanakan menjadi :

1. Reliabilitas (*reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*emphaty*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material, yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2.2.6 Model Kualitas Jasa

Ada banyak model yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kualitas jasa. Pemilihan terhadap suatu model tergantung pada tujuan analisis, jenis perusahaan, dan situasi pasar.

Parasuraman, et al., (1990 : 45) membuat sebuah model kualitas jasa yang menekankan pada ketentuan penting yang harus dipatuhi pemberi jasa supaya bisa memberikan jasa sesuai dengan harapan konsumen. Model kualitas jasa ini dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Model Kualitas Jasa (*Gap Model*)

Model kualitas jasa pada gambar diatas mengidentifikasi 5 (lima) *gap* (kesenjangan) yang menyebabkan gagalnya pelayanan jasa yaitu :

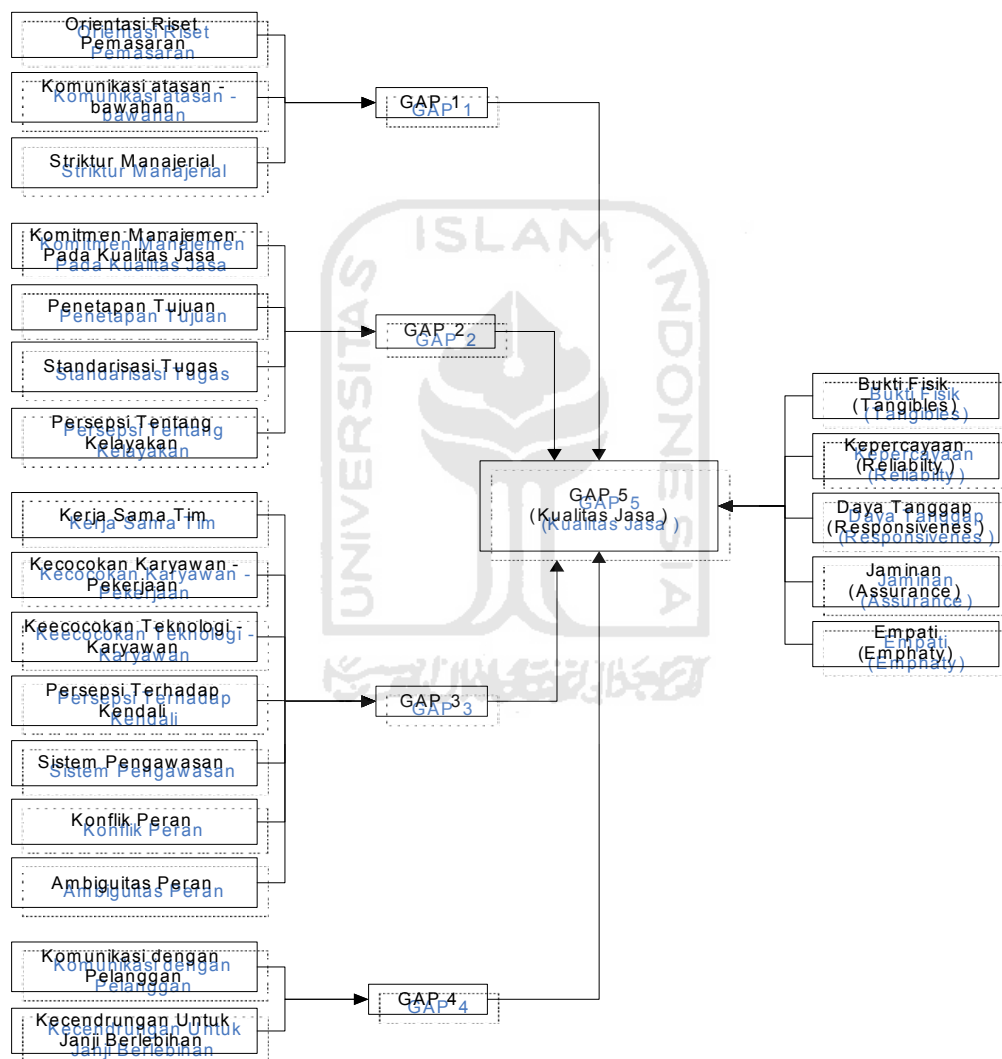
1. *Gap 1* : Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi pihak manajemen
Pihak manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan konsumen dan bagaimana konsumen menilai masing-masing komponen jasa

tersebut, akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain.

2. *Gap 2* : Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen
Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan konsumen, tapi mereka tidak menyusun standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini dapat disebabkan karena tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya atau karena adanya kelebihan permintaan.
3. *Gap 3* : Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa. Sejumlah penyebabnya antara lain seperti spesifikasi kualitas terlalu rumit atau terlalu kaku, para karyawan tidak menyetujui spesifikasi tersebut karena tidak memenuhi, manajemen operasi jasa yang buruk serta teknologi dan sistem yang ada tidak memfasilitasi kinerja sesuai dengan spesifikasi.
4. *Gap 4* : Kesenjangan penyampaian jasa dan komunikasi eksternal
Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada pelanggan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah perencanaan komunikasi pemasaran tidak terintegrasi dengan operasi jasa, kurangnya koordinasi antara aktivitas pemasaran eksternal dan operasi jasa.
5. *Gap 5* : Kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan
Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. *Gap* ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif, seperti

kualitas buruk, masalah kualitas, dampak negatif terhadap citra korporat dan kehilangan pelanggan.

Pengembangan *Gap Model* yang dikemukakan Parasuraman, Zeithaml dan Leonard Berry pada tahun 1985, dikembangkan lebih lanjut dengan mengemukakan faktor-faktor penyebab *gap* 1 hingga 4, sedang *gap* 5 merupakan keseluruhan *gap* tersebut. Mereka menyebutnya *Extended Model of Service Quality*.



Gambar 2.2 *Extended Model of Service Quality*

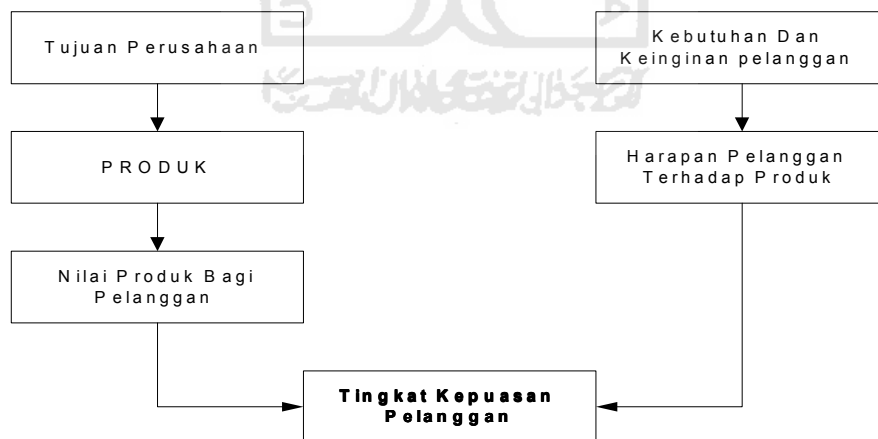
2.2.7 Definisi Kepuasan Pelanggan

Banyak pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan.

Tjiptono (1996 : 146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan

adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel, et al (1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kotler (1994) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Tjiptono (1995), secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar 2.3



Gambar 2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan

2.2.8 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. (Kotler 2000; 45) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggannya. Metode tersebut adalah :

1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan dengan menyediakan kotak saran dilokasi yang strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites* dll.

2. *Ghost shopping*

Perusahaan dapat membayar orang-orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial guna melaporkan hasil temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami ketika membeli produk perusahaan pesaing.

3. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

4. Analisis pelanggan yang hilang

Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

2.3 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

2.3.1 Kuesioner

Menurut Safirin (2002 : 65), kuisisioner merupakan alat komunikasi antara peneliti dengan orang yang diteliti/responden, berupa daftar pertanyaan yang dibagikan oleh peneliti untuk diisi oleh responden. Pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, dengan 5 (lima) tingkat jawaban mengenai kepentingan responden terhadap suatu pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2003). Dalam skala *likert* tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat Penting (SP), Penting (P), Cukup Penting (CP), Kurang Penting (KP), dan Tidak Penting (TP). Sedangkan untuk tingkat kinerja diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Kurang Puas (KP), dan Tidak Puas (TP).

2.3.2 Sampel

Data dapat diambil secara keseluruhan pada suatu populasi dengan cara *sensus*. Jika ada keterbatasan kemampuan dengan cara *konsensus* maka dapat diusahakan dengan mengambil sebagian saja data populasi yang ada dengan cara *sampling* (Supranto, 1992).

Adapun Jumlah sampel untuk konsumen ditentukan dengan menggunakan rumus (Supranto, 1992) :

$$n = p (1-p) \quad (2.1)$$

Dimana:

N : Jumlah sampel

p : Proporsi sebenarnya dari populasi

SE : Sampling error (kesalahan sampling)
 : Faktor tingkat keyakinan

2.3.3 Pengujian Kuisisioner

Data yang masuk diuji dahulu kevalidan dan reliabilitasnya. Adapun pengujian kevalidan dan reliabilitas dapat diterangkan sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Validitas atau tingkat ketepatan adalah tingkat kemampuan suatu instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang diteliti. Dari sudut instrumen, pengukuran adalah kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat dan benar (Arikunto, 1998). Validitas bisa juga dikatakan sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditan atau kesahihan suatu instrumen.

Sebuah instrumen dikatakan *valid* apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul dari gambaran tentang variabel yang diteliti. Jenis analisa yang dipakai untuk uji validitas yang umum digunakan adalah korelasi *product moment*. Korelasi ini banyak digunakan untuk ukuran sampel yang relatif besar, sehingga bisa didekati dengan distribusi normal. Rumus validitas (Suharsini Arikunto, 1993) :

(2.2)

Keterangan :

= Koefisien korelasi untuk uji validitas

N = Jumlah sampel

X = Jumlah Bobot X

Y = Jumlah Bobot Y

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah *indeks* yang menunjukkan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas alat pengukur atau instrument yang skornya bukan 1 dan 0 misalnya angket maka digunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Suharsimi Arikunto, 1997) :

(2.3)

Dimana :

(2.4)

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen.

σ^2 = varian total.

Σob^2 = jumlah varian butir.

k = banyaknya butir pertanyaan atau jumlah soal.

2.4 Pengukuran *ServQual*

Model *ServQual* didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standar ideal/sepurna untuk masing-masing atribut jasa. Evaluasi kualitas jasa menggunakan model *ServQual* mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor *ServQual* untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al., 1990) dalam (Tjiptono 2005:157):

$$\text{Skor } \textit{ServQual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (2.5)$$

Pengukuran hasil survei dilakukan dengan membandingkan antara rata-rata antara harapan dengan persepsi tiap butir instrumen, dengan demikian akan didapatkan gap/kesejangan, yaitu selisih kenyataan dan harapan. Hasil > -1 (ex:-0.40), berarti baik; dan hasil < -1 (ex:-1,20), berarti kurang baik.

Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas jasa pada berbagai *level* secara rinci:

- a. *Item-by-item analysis*, misalnya, $P1 - H1$, $P2 - H2$, dan seterusnya.
- b. *Dimension-by-dimension analysis*, contohnya, $(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$, dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap SERVQUAL, yaitu $(P1 + P2 + P3 + \dots + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22 / 22)$.
- d. Untuk menganalisis kualitas akan pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus (Besterfield dalam Maulvi, 2006)

$$\text{Skor } \textit{ServQual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (2.6)$$

Jika kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik

2.5 Model CARTER

Model CARTER adalah sebuah instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur layanan kualitas perbankan islam dan berguna sebagai alat penilaian kualitas. Mekanisme pengukuran metode CARTER sama dengan SERVQUAL, hanya saja dalam metode CARTER ditambahkan dimensi *compliance* (pemenuhan prinsip dan hukum islam) sehingga ada 6 dimensi yaitu: *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*, yang secara keseluruhan terdiri dari 34 item (Othman, *et al.*, 2001). Keenam dimensi tersebut dijabarkan lebih lanjut oleh Othman and Owen (2001) sebagai berikut:

- H. D1: *Compliance* (15), yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan islam.
- I. D2: *Assurance* (610), pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Hal tersebut juga termasuk komunikasi secara verbal dan tulisan antara karyawan dan pelanggan.
- J. D3: *Reliability* (1115), kemampuan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat.
- K. D4: *Tangible* (1620), aspek yang terlihat secara fisik misal peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi.
- L. D5: *Empathy* (2128), kemampuan personel untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.

M.D6: *Responsiveness* (2934), keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.

2.6 Teori *Fuzzy Set*

Sistem *Fuzzy* ditemukan pertama kali oleh Prof. Lotfi Zadeh pada pertengahan tahun 1960 di Universitas California. Ada beberapa definisi mengenai teori *fuzzy set* yang diberikan oleh ahli baik dari dalam maupun dari luar negeri yang mencoba menggambarkan secara benar makna istilah tersebut, yaitu (Kusumadewi, 2004)

1. L. A. Zadeh dan George J. Klir

Fuzzy set adalah himpunan obyek-obyek baik konkret maupun abstrak dengan batasan yang tidak jelas sehingga keanggotaan obyek dalam himpunan lebih cenderung merupakan suatu tingkatan atau derajat daripada suatu batasan anggota atau bukan anggota.

2. Hadipriyono

Fuzzy set adalah himpunan pernyataan yang memiliki arti namun definisinya tidak jelas sehingga penilaian yang dilakukan terhadap pernyataan tersebut tergantung dari persepsi masing-masing individu.

Teori yang terkait dengan himpunan yang nilai derajat keanggotaannya berubah secara bertahap adalah *fuzzy set theory*. Beberapa aspek di dunia nyata selalu atau biasanya berada di luar model matematis dan bersifat *inexact*. Ketidakpastian inilah yang menjadi konsep dasar munculnya logika *fuzzy* yaitu suatu sistem logis pada suatu informasi logis yang bertujuan pada suatu formalisasi dari taksiran pemikiran.

Ada beberapa alasan mengapa orang menggunakan logika *fuzzy* (Kusumadewi dan Purnomo, 2004: 2-3), antara lain:

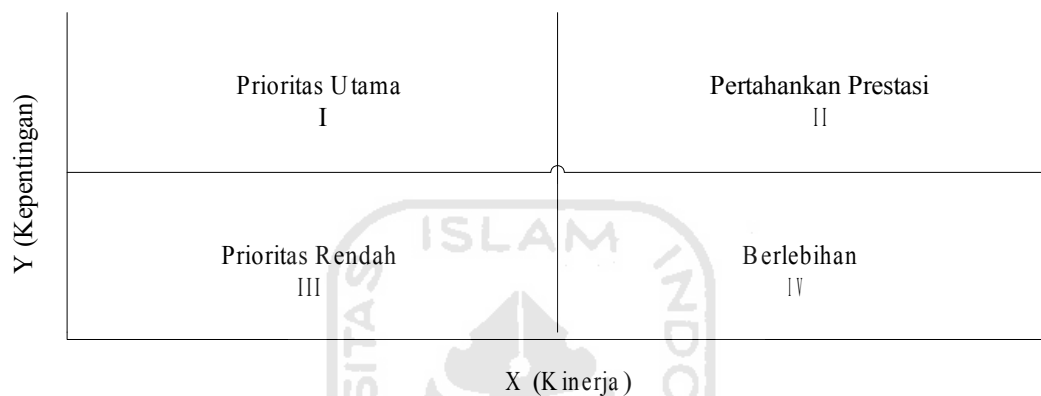
1. Konsep logika *fuzzy* mudah dimengerti. Konsep matematis yang mendasari penalaran *fuzzy* sangat sederhana dan mudah dimengerti.
2. Logika *fuzzy* sangat fleksibel.
3. Logika *fuzzy* memiliki toleransi terhadap data-data yang tidak tepat.
4. Logika *fuzzy* mampu memodelkan fungsi-fungsi nonlinier yang sangat kompleks.
5. Logika *fuzzy* dapat membangun dan mengaplikasikan pengalaman-pengalaman para pakar secara langsung tanpa harus melalui proses pelatihan.
6. Logika *fuzzy* dapat bekerjasama dengan teknik-teknik kendali secara konvensional.
7. Logika *fuzzy* didasarkan pada bahasa alami.

2.7 Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Supranto, 2001) :

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.

4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.



Gambar 2.4 Diagram Kartesius

Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan 2 (dua) buah garis secara tegak lurus pada titik \bar{X} dan \bar{Y} , yang didapat dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{k} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{k} \quad (2.7)$$

Dimana : \bar{X} = rata-rata dari rata-rata skor Kepuasan nasabah

\bar{Y} = rata-rata dari rata-rata skor kepentingan nasabah

k = banyaknya atribut/faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

Selanjutnya, setiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan kepuasan atas kinerja Bank, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada di tiap kuadran.

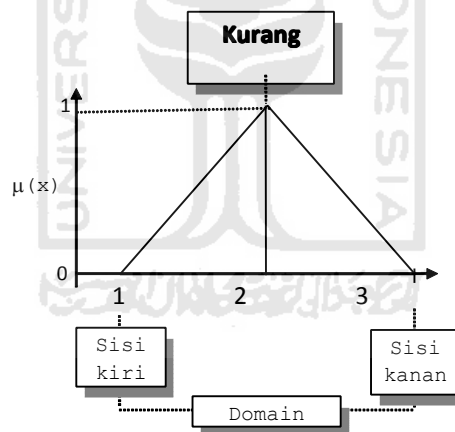
2.8 *Triangular Fuzzy Number (TFN)*

Banyak terdapat model fungsi keanggotaan yang dipakai dalam aplikasi taksiran suatu nilai *Fuzzy* diantaranya adalah fungsi s, fungsi II, *fungsi trapezoidal*,

fungsi setiga (*triangular*), dan fungsi *exponential*. Dari kelima bentuk fungsi keanggotaan yang dijelaskan diuraikan diatas, fungsi keanggotaan yang sering dipakai dalam aplikasinya adalah fungsi T atau lebih dikenal dengan *Triangular Fuzzy Number*.

Fuzzy number adalah spesial *fuzzy set* $F = \{ (x, \mu_x(x)) , x \in \mathbb{R} \}$ dimana nilai x ke dalam garis nyata $\mathbb{R} : -\infty < x < +\infty$ dan $\mu_x(x)$ adalah pemetaan kontinu dengan interval tertutup $[0,1]$. *Fuzzy Number* digunakan untuk mengatasi konsep *numeric* yang tidak pasti seperti ‘mendekati 7’, ‘sekitar 8 sampai 9’, ‘kira-kira 5’ dan sebagainya (Much. Djunaidi dkk, 2006).

Suatu *Triangular Fuzzy Number* dinotasikan dengan $M = (a,b,c)$ dimana $a \leq b \leq c$, *membership function* berjenis *triangular* sebagai berikut :



Gambar 2.5 *Triangular Fuzzy Number (TFN)* $M = (a,b,c)$

Dengan fungsi keanggotaannya sebagai berikut :

$$\mu_M(x) = 0 \quad \text{Jika } x \leq a \text{ atau } x \geq c$$

$$\mu_M(x) = (x - a) / (b - a) \quad \text{Jika } a \leq x \leq b$$

$$\mu_M(x) = (c - x) / (c - b) \quad \text{jika } b \leq x \leq c \quad (2.7)$$

Sebagai contoh jika pelanggan memberi rating 3 untuk faktor M_1 yang berarti bahwa M_1 adalah ‘cukup penting’. Kemudian bisa dibuat *triangular fuzzy number* M_1

= 'mendekati 3' = (2,3,4) yang dipresentasikan dengan fungsi keanggotaan sebagai berikut :

$$\mu_M(x) = 0; \quad \text{Jika } x \leq 2 \text{ atau } x \geq 4$$

$$\mu_M(x) = (x-2) / (3-2); \quad \text{Jika } 2 \leq x \leq 3$$

$$\mu_M(x) = (3-x) / (3-2); \quad \text{jika } 3 \leq x \leq 4$$

Ini berarti bahwa, nilai keanggotaan atau kemungkinan bahwa $\mu_{M_3}=1$, dan kemungkinan bahwa jika pelanggan memberi rating 2,5 adalah 50% atau $\mu_{M_{2.5}}=0.5$. Sehingga fungsi keanggotaan untuk suatu penilaian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.6 Fungsi Keanggotaan Untuk Variabel Penilaian Pelanggan

Keterangan :

KB : Kurang Baik

CB : Cukup Baik

SB : Sangat Baik

Variabel-variabel linguistik yang mempresentasikan bobot rating kepentingan untuk setiap kriteria adalah sebagai berikut: KB (kurang baik), CB (cukup baik), SB (sangat baik), , adapun variabel-variabel linguistik kepuasan adalah sebagai berikut: KB (kurang baik), CB (cukup baik), SB (sangat baik). Masing-masing variabel direpresentasikan dengan himpunan *fuzzy* segitiga sebagai berikut:

Gambar 2.7 *Fuzzy* Segitiga Rating untuk Kepentingan dan Kepuasan

Semesta pembicaraan merupakan keseluruhan nilai yang diperbolehkan untuk dioperasikan dalam himpunan *fuzzy*, sedangkan domain himpunan *fuzzy* adalah keseluruhan nilai yang diijinkan dalam semesta pembicaraan dan boleh dioperasikan dalam suatu himpunan *fuzzy*. Adapun domain himpunan *fuzzy* yang peneliti gunakan dalam himpunan *fuzzy* ini adalah antara 1 sampai 5, dengan adanya 3 himpunan *fuzzy* yang telah ditentukan maka masing-masing variabel linguistik memiliki nilai keanggotaan seperti yang ditunjukkan tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Fungsi Keanggotaan *Fuzzy*

Fungsi Keanggotaan Fuzzy		Nilai Terendah	Nilai Tengah	Nilai Tertinggi
Kepentingan	Kepuasan			
Kurang Baik (KB)	Kurang Baik (KB)	1	2	3
Cukup Baik (CB)	Cukup Baik (CB)	2	3	4
Sangat Baik (SB)	Sangat Baik (SB)	3	4	5

Penentuan nilai keanggotaan *fuzzy* tidak mempunyai aturan yang baku, hal ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, adapun dasar yang dijadikan oleh peneliti mengenai fungsi keanggotaan diatas adalah bahwa tujuan pada penelitian ini adalah mencari prioritas perbaikan pelayanan, sehingga penentuan semesta pembicaraan dan nilai dari setiap variabel linguistik merupakan himpunan bilangan yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan dengan kenaikan nilai sebesar 1.

Hal ini ditujukan agar pembobotan kriteria dan derajat kecocokan diberikan oleh pembuat keputusan memiliki proporsi yang sama diantara variabel linguistiknya (Kusumadewi, 2004).

Himpunan *fuzzy* memiliki 2 atribut, yaitu :

- a. Linguistik, yaitu penanaman suatu grup yang mewakili suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa alami, seperti : MUDA, PAROBAYA dan TUA.
- b. Numeris, yaitu suatu nilai (angka) yang menunjukkan ukuran dari suatu variabel seperti : 25, 40, 50, dsb.

Teori *set fuzzy* memberikan sarana untuk mempresentasikan ketidakpastian dan merupakan alat yang sangat bagus untuk permodelan ketidakpastiaan yang berhubungan dengan kesamaran, ketidakpastian dan kekurangan informasi mengenai elemen tertentu dari problem yang dihadapi. Kekuatan yang mendasari teori *set fuzzy* adalah menggunakan variabel *linguistic* daripada variabel kuantitatif untuk mempresentasikan konsep yang tidak presisi. *Set fuzzy* merupakan suatu *set* yang mengandung elemen-elemen yang mempunyai derajat keanggotaan yang berbeda-beda dan sangat kontra dengan set klasik (*crisp*), karena anggotaan set *crisp* tidak akan menjadi anggota kecuali apabila keanggotaannya penuh dalam set tersebut, sedangkan dalam set *fuzzy* untuk dapat menjadi anggota tidak perlu lengkap.

Pada prinsipnya himpunan *fuzzy* adalah perluasan dari himpunan *crisp*, yaitu himpunan yang membagi sekelompok individu ke dalam dua kategori, anggota dan bukan anggota (Ross, 1995).

Di dalam hampir setiap sistem rekayasa, dikenal dua sumber informasi penting :

1. Sensor yang memberikan pengukuran numerik dari suatu variabel.
2. Pakar (manusia) yang memberikan instruksi dan deskripsi tentang linguistik.

Informasi yang didapatkan dari sensor adalah informasi numerik dan informasi yang berasal dari pakar manusia adalah informasi linguistik. Informasi numerik dinyatakan dalam bilangan, sedangkan informasi linguistik dinyatakan dalam kata-kata seperti kecil, besar, sangat besar, dan sebagainya. Pendekatan dalam rekayasa yang konvensional hanya dapat memanfaatkan informasi numerik dan mengalami kesulitan dalam memanfaatkan informasi linguistic.

2.9 Defuzifikasi

Pengolahan bilangan *Fuzzy* menjadi bilangan *real* dapat dilakukan dengan beberapa macam cara diantaranya adalah :

1 . *Max – Membership Principle*

Juga dikenal sebagai *height method*, metode ini membatasi pencarian fungsi *output* puncak.

2 . *Centroid Method*

Prosedur ini juga dikenal sebagai *Center of Area*, *Center of Gravity* merupakan metode *defuzzifikasi* yang paling umum digunakan (Sugeno, 1985 : Lee, 1990).

3 . *Weighted Average Method*

Metode ini hanya bisa digunakan untuk output fungsi keanggotaan yang simetris. *Weighted Average Method* ini dibentuk oleh pembobotan tiap fungsi keanggotaan dalam output dengan didasarkan nilai fungsi keanggotaan maksimum.

Defuzifikasi adalah proses pengolahan bilangan *fuzzy* dalam hal ini adalah *TFN* (a, b, c) menjadi bilangan *real*.

2.10 Algoritma Fuzzy ServQual

Prosedur perhitungan *fuzzy servqual* terdiri dari 5 Langkah yaitu:

3 Penilaian bobot pada setiap atribut

Pada langkah ini, responden diminta untuk memberikan suatu rangkaian penilaian terhadap alternatif x yang ada dalam bentuk bilangan *TFN*, yang disusun berdasarkan variabel linguistik. Selanjutnya, nilai *fuzzy* didefinisi bagi setiap atribut. Dalam *TFN* diberikan tiga kondisi untuk nilai fungsi keanggotaan, yaitu kurang baik, cukup baik dan sangat baik.

Output dari tahap ini adalah penilaian atribut dari responden yang berupa penilaian dalam bentuk variabel *linguistic fuzzy*. Hasil penilaian ini sebagai input dalam perhitungan *fuzzyfikasi*.

4 Proses *Fuzzyfikasi*

a. Langkah 1: menentukan *fuzzy set* kondisi



Gambar 2.7 Fungsi keanggotaan untuk variabel *TFN* penilaian responden

Keterangan :

KB : Kurang Baik

CB : Cukup Baik

SB : Sangat Baik

b. Langkah 2: menentukan nilai *TFN* untuk kondisi Kurang Baik (KB)

$$TFN(KB) = \frac{\sum M_{KB}}{n} \quad (2.8)$$

Dimana :

MI_{KB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{KB} = 1,2,3$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

c. Langkah 3: menentukan nilai TFN untuk kondisi Cukup Baik (CB)

$$TFN(CB) = \frac{\sum M_{CB}}{n} \quad (2.9)$$

Dimana :

MI_{CB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{SB} = 2,3,4$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

d. Langkah 4 : menentukan nilai TFN untuk kondisi Sangat Baik (SB)

$$TFN(SB) = \frac{\sum M_{SB}}{n} \quad (2.10)$$

Dimana :

MI_{KB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{SB} = 3,4,5$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

5 Proses Defuzzyfikasi

a. Langkah 1: penentuan derajat keanggotaan atribut.

Gambar 2.8 *Triangular Fuzzy Number* $M = (a,b,c)$

dengan fungsi keanggotaan sebagai berikut:

$$\mu_M[X] = \begin{cases} 0; & x \leq a, x \geq c \\ (x-a)/(b-a); & a \leq x \leq b \\ (c-x)/(c-b); & b \leq x \leq c \end{cases} \quad (2.11)$$

- b. Langkah 2 : proses *defuzzyfikasi* pada setiap atribut menggunakan titik berat atau *centroid* yaitu:

$$(2.12)$$

Dimana $c(x)$ merupakan fungsi keanggotaan yang diskrit dari x pada himpunan *fuzzy* c .

4. Pengukuran *service quality*

Langkah 1: Perhitungan *gap* tiap dimensi

$$\text{Skor } SERVQUAL = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor} \quad (2.13)$$

Langkah 2: Perhitungan nilai kualitas pelayanan tiap dimensi

$$\text{Kualitas } (Q) = \frac{\text{Kepuasan (P)}}{\text{Kepentingan (H)}} \quad (2.14)$$

Jika kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik

5. Pemilihan atau perangkaian atribut untuk selanjutnya dilakukan perbaikan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan Bank Syariah Mandiri Cik-Ditiro Yogyakarta. Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cik-Ditiro Yogyakarta.

3.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi masalah, yaitu bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Cik-Ditiro, dengan cara menganalisa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Cik-Ditiro untuk meningkatkan kualitas jasa / pelayanannya sehingga dapat memenuhi kepuasan nasabah dengan mengaplikasikan metode *Fuzzy-Service Quality* berdasarkan adaptasi model Carter.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

3.3.1. Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti dapat menguasai teori maupun konsep dasar yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Studi ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti literatur, laporan-laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah lain yang dapat mendukung terbentuknya

landasan teori, sehingga dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian.

2. Penelitian Lapangan

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian langsung ke Perusahaan yang bersangkutan. Data terkait didapatkan dengan sumber :

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek, wawancara kepada pihak terkait dan menyebarkan kuisioner, dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

b. Data Perusahaan

Data-data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini didapatkan dari literatur yang ada di perusahaan yang bersangkutan, meliputi sejarah berdirinya, visi, misi, kegiatan dan informasi lainnya.

3.3.2. Data Yang Dibutuhkan

Data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya yaitu perusahaan. Data primer meliputi:

a. Data yang dibutuhkan untuk penelitian (data-data hasil kuesioner)

b. Data umum instansi

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain seperti hasil penelitian sebelumnya, jurnal dan lain-lain, yang digunakan untuk mendapatkan dan menggali teori-teori yang dapat mendukung pemecahan masalah dalam penelitian.

3.4 Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis
 - : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (valid)
 - : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid)
- b. Menentukan nilai

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan (df) = n – 2, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r (pada lampiran).
- c. Menentukan nilai

$$r_{hitung} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - SB_x}{\sqrt{\{(SB_x^2) + (SB_y^2) - 2(r_{xy})(SB_x)(SB_y)\}}} \quad (3.1)$$

r_{hitung} dapat dihitung dengan menggunakan *software SPSS 16 for Windows*, dengan langkah *software* sebagai berikut:

1. Memasukkan koefisien atribut pertanyaan kuesioner di *variable view*.
2. Memasukkan data hasil kuesioner di *data view*.
3. Menguji validitas dan reabilitas.
4. Mengklik *Analyze – Scale – Reability Analysis*.

5. Memasukkan semua koefisien atribut pertanyaan kuesioner ke *item*.
6. Mengklik *Statistic – Descriptive for – Scale if item delete*.
7. Mengklik *Continue – OK*.

Langkah-langkah ini dilakukan sampai semua data valid.

Hasil perhitungan r_{hitung} pada *software SPSS.16* (pada lampiran) dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation*.

- d. Membandingkan besar nilai dengan

Jika nilai bernilai positif, serta $>$ maka diterima

Jika nilai bernilai positif, serta $<$ maka ditolak

Jika nilai bernilai \leq reliable, serta $>$ maka ditolak

- e. Membuat Kesimpulan

3.4.2 Uji Reliabilitas

- a. Menentukan hipotesis

: Skor atribut berkorelasi positif dengan skor reliab (reliable)

: Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor reliab (tidak reliable)

- b. Menentukan nilai

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan (df) = n – 2, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r (pada lampiran).

- c. Menentukan nilai

$$r_u = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{Jkx}{JKy} \right) \quad (3.2)$$

Hasil perhitungan r_{hitung} pada *software SPSS 16* (pada lampiran) dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik.

d. Membandingkan besar nilai dengan

Jika nilai bernilai positif, serta $>$ maka diterima

Jika nilai bernilai positif, serta $<$ maka ditolak

Jika nilai bernilai negatif, serta $>$ maka ditolak

e. Membuat Kesimpulan

3.4.3 Uji Kecukupan Data

Setelah melakukan pengambilan data sampling, selanjutnya dilakukan uji kecukupan data. Hal ini dimaksudkan agar data yang diambil memenuhi dari kualitas maupun kuantitas (jumlah).

Untuk menentukan jumlah sampel minimal, digunakan rumus (Supranto 1992) :

$$n = p(1-p) \quad (3.3)$$

Dimana :

N = Jumlah Sampel

SE = sampling eror

P = proporsi yang sebenarnya (bila tidak diketahui, maka $P = 0.5$)

Z = Tingkat keyakinan

3.5 Analisis CARTER

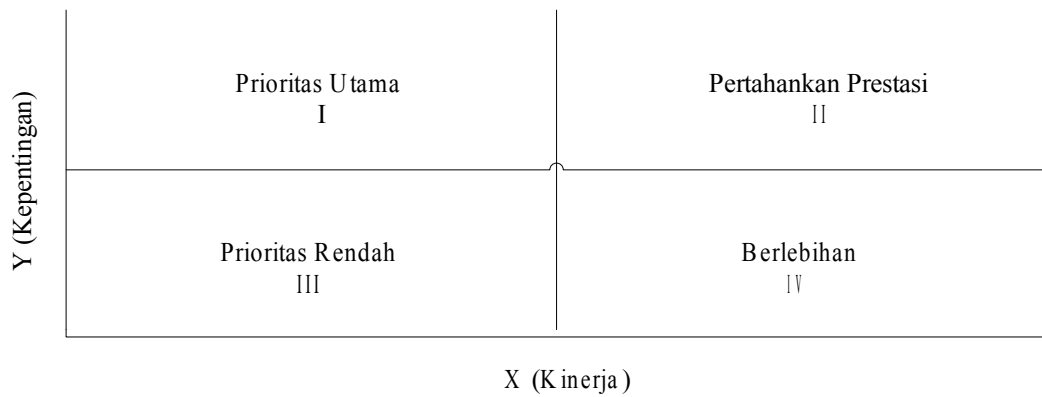
CARTER sebagai alat untuk mengukur kualitas perbankan islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL, dengan tambahan dimensi Compliance, berupa prinsip dan hukum Islam (othman dan Owen,2001).

Model CARTER terdiri dari 6 dimensi kualitas pelayanan. Kata CARTER merupakan singkatan dari *compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*.

3.6 Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Supranto, 2001) :

5. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
6. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
7. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
8. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.



Gambar 3.1 Diagram Kartesius

Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan 2 (dua) buah garis secara tegak lurus pada titik \bar{X} dan \bar{Y} , yang didapat dengan menggunakan rumus :

$$= \quad - \quad X = \quad \text{dan} \quad Y = \quad (3.4)$$

Dimana : X = rata-rata dari rata-rata skor Kepuasan nasabah

Y = rata-rata dari rata-rata skor kepentingan nasabah

k = banyaknya atribut/faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

Selanjutnya, setiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan kepuasan atas kinerja Bank, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada di tiap kuadran.

3.7 Algoritma *Fuzzy Service Quality*

Pada penelitian ini akan membahas bagaimana keterlibatan *Fuzzy* yang digunakan untuk mempresisikan pengaruh nilai subyektif yang diperoleh dari responden, sebagai input ke perhitungan *servqual*. Berikut adalah *input* dan *output* dalam model, yaitu sebagai berikut :

3.7.1 Input Model

1. Data

Data yang akan diproses dalam *Fuzzy ServQual* adalah data primer dari penilaian responden yang diisi melalui kuisioner yang telah disebarkan.

2. Model matematis algoritma *Fuzzy ServQual*

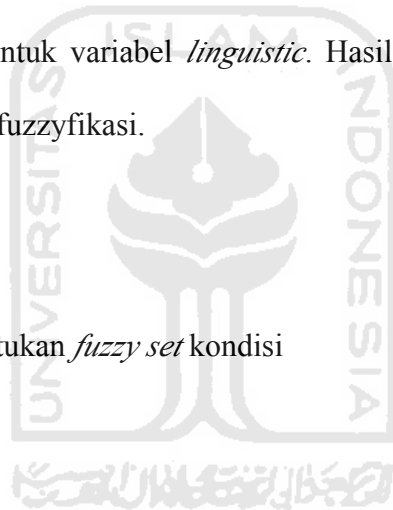
Berikut ini adalah prosedur perhitungan *Fuzzy ServQual* yang terdiri dari 5 langkah, yaitu :

a. Penilaian bobot pada setiap atribut

Output dari tahap ini adalah penilaian atribut dari responden yang berupa penilaian dalam bentuk variabel *linguistic*. Hasil penilaian ini sebagai input dalam perhitungan fuzzyfikasi.

b. Proses Fuzzyfikasi

Langkah 1 : menentukan *fuzzy set* kondisi



Gambar 3.1 *Fuzzy set* untuk variabel *TFN* penilaian kepuasan responden

Keterangan :

KB : Kurang Baik

SB : Cukup Baik

SB : Sangat Baik

Langkah 2 : menentukan nilai *TFN* untuk kondisi kurang baik (KB)

$$TFN(KB) = \frac{\sum M_{KB}}{n} \quad (3.5)$$

Dimana :

M_{KB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{KB} = 1,2,3$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

Langkah 3 : menentukan nilai TFN untuk kondisi Cukup Baik (CB)

$$TFN(CB) = \frac{\sum M_{CB}}{n} \quad (3.6)$$

Dimana :

M_{CB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{SB} = 2,3,4$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

Langkah 4 : menentukan nilai TFN untuk kondisi Sangat Baik (SB)

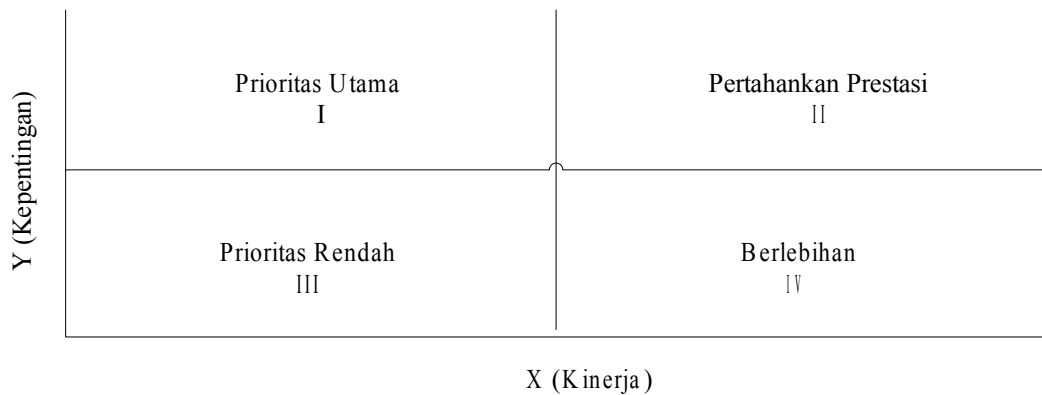
$$TFN(SB) = \frac{\sum M_{SB}}{n} \quad (3.7)$$

Dimana :

M_{KB} = Nilai TFN jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{SB} = 3,4,5$)

n = Jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram kartesius *Triangular fuzzy Number* (Supranto, 2001).



Gambar 3.3 Diagram Kartesius

Empat kuadran yang menjadi empat strategi, tergantung pada kuadran manakah yang menjadi penilaian konsumen atas produk atau jasa yang dikeluarkan.

Untuk penilaian terhadap empat kuadran dapat dilihat penjelasan dibawah ini :

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan

rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.

Dalam menjawab sampai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka jasa dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.

Pada sumbu (Y) diisi dengan skor tingkat kepentingan/ekspektasi, dan pada sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor tingkat kepuasan/realita. Untuk menyederhanakan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan:

$$\begin{aligned} X &= \\ Y &= \end{aligned} \quad (3.8)$$

Dengan :

X : Skor rata-rata kepuasan/realita

Y : Skor rata-rata kepentingan/ekspektasi

n : Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X , Y). Dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut \bar{Y} dan adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

3. Proses Defuzzyfikasi

Langkah 1 : penentuan derajat keanggotaan atribut.

Input data diperoleh dari nilai *fuzzy* pada ketiga kondisi pada TFN

Gambar 3.5 *Triangular Fuzzy Number* $M=(a,b,c)$

Dengan fungsi keanggotaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \mu_M(x) &= 0 && \text{Jika } x \leq a \text{ atau } x \geq c \\ \mu_M(x) &= (x - a) / (b - a) && \text{Jika } a \leq x \leq b \\ \mu_M(x) &= (c - x) / (c - b) && \text{jika } b \leq x \leq c \end{aligned} \quad (3.9)$$

Langkah 2 : proses defuzzyfikasi pada setiap atribut menggunakan titik berat atau *centroid* yaitu :

$$(3.10)$$

Dimana $c(x)$ merupakan fungsi keanggotaan yang diskrit dari x pada himpunan *fuzzy* c . Setelah dilakukan defuzzyfikasi, maka *output* yang berupa nilai *crisp* akan digunakan dalam perhitungan *Service Quality*.

4. Pengukuran *service quality*

Langkah 1 : Perhitungan gap tiap dimensi

$$\boxed{\text{Skor } \textit{ServQual} = \text{Skor Kepuasan} - \text{Skor Kepentingan}} \quad (3.11)$$

Langkah 2 : Perhitungan nilai kualitas pelayanan tiap dimensi

$$\boxed{\text{Kualitas } (Q) = \frac{\text{Kepuasan (P)}}{\text{Kepentingan (H)}}} \quad (3.12)$$

Jika kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik

5. Pemilihan atau perangkaian atribut untuk selanjutnya dilakukan perbaikan.

3.7.2 Output Model

Keluaran dari model berupa informasi mengenai ranking kualitas dari atribut berupa *gap* yang akan dilakukan perbaikan.

3.8 Analisa Penelitian

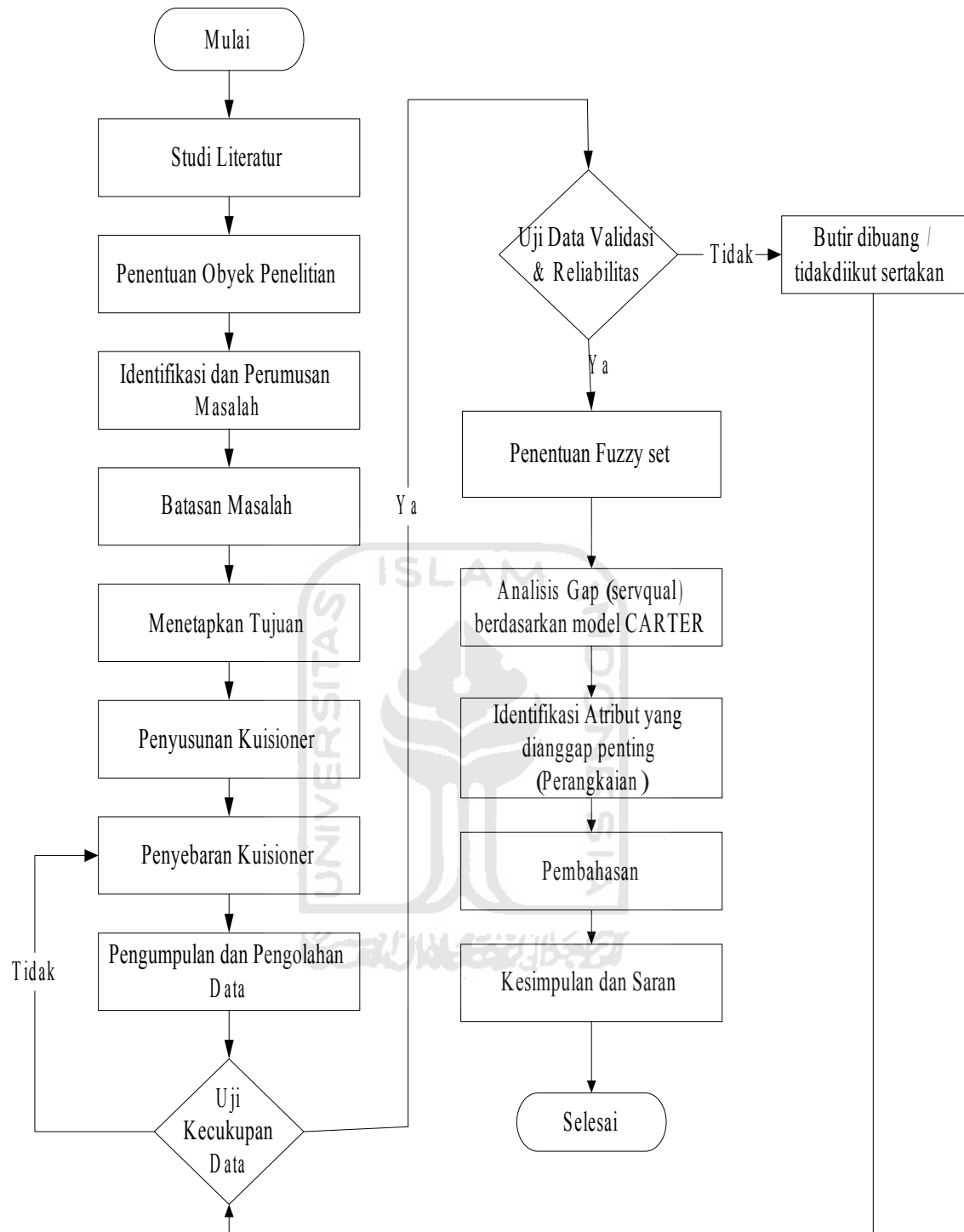
Langkah ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai penelitian yang telah dilakukan mengarah kepada analisa hasil implementasi sebelum ditarik kesimpulan.

3.9 Kesimpulan dan Saran

Penarikan kesimpulan terhadap kasus yang diselesaikan pada tahap akhir dalam penelitian ini setelah dilakukan analisa terhadap kasus yang dipecahkan. Penarikan kesimpulan bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian yang sudah ditetapkan.

Saran-saran juga dikemukakan untuk memberikan masukan mengenai penyelesaian kasus yang dihadapi pada sistem yang diteliti.

3.10 Diagram Alir Metode Penelitian



Gambar 3.6 Diagram Alir Model Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGELOLAHAN DATA

4.1 Data Perusahaan

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri

Hadir dengan cita-cita membangun negeri nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan

penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri

dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

4.1.2 Visi dan Misi

Visi

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha

Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan
2. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM
3. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat
4. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal
5. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

4.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner. Kuisisioner dibagikan kepada para pengunjung/nasabah bank yang pada saat itu berada di Bank Syariah Mandiri cabang Cik-ditiro Yogyakarta. Kuesioner tidak dapat diolah bila jawaban kuisisioner tersebut tidak memenuhi syarat-syarat pengisian kuisisioner. Syarat pengisian kuisisionernya yaitu semua pertanyaan harus dijawab sesuai dengan pilihan yang ada dan tidak boleh terdapat jawaban ganda satu dalam satu pertanyaan. Hasil selengkapnya dari penyebaran kuisisioner dapat dilihat pada lampiran.

4.3 Pengolahan Data

Pengolahan data terdiri dari beberapa tahapan. Tahapan tersebut adalah uji kecukupan data, uji validitas dan kehandalan butir, Defuzzyfikasi atribut pertanyaan, analisis gap *Service Quality* berdasarkan model CARTER, identifikasi atribut yang dianggap penting dengan analisis diagram kartesius.

4.3.1 Uji Kecukupan Data

Pada penelitian ini penulis menyebarkan 70 kuesioner, yang terjawab seluruh pertanyaan 70 kuesioner. Adapun data respondennya adalah sebagai berikut:

Jenis kelamin :

Pria 45% = 30 orang

Wanita 55% = 40 orang

Usia :

< 20 tahun = 5 orang

21-30 tahun = 40 orang

> 30 tahun = 35 orang

Status

Menikah = 39 orang

Belum menikah = 27 orang

Duda/Janda = 4 orang

Jumlah sampel untuk konsumen ditentukan dengan menggunakan rumus (Suprianto 1992) :

$$n = p (1-p) \quad (4.1)$$

Karena proporsi sampel (p) belum diketahui, akan tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1, dengan nilai p maksimal maka :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp}$$

$$d(p) = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp}$$

$$d(p)$$

maksimal jika

$$\frac{df(p)}{dp}$$

$$d(p) = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Tingkat kepercayaan = 90 %

Derajat ketelitian (α) = 10 % = 0,1 ; = 0,05 ; $Z = 1,645$

Maka, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$n = 0,5 (1 - 0,5)$$

$$n = 67,65 = 68 \text{ responden}$$

Data yang di dapat ($N = 75$) > 68, maka data Cukup.

4.3.2 Uji Validitas Butir Kuisisioner

- a. Menentukan Hipotesis

H_0 : Butir pernyataan kuisisioner valid

H_1 : Butir pernyataan kuisisioner tidak valid

- b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2$, (df) = $75 - 2 = 73$

Maka nilai r_{tabel}

Df	r_{tabel}
60	0,165
73	X
120	0,117

$$x - 0.165 = -0.0104$$

$$x = 0.1546$$

Dari hasil interpolasi di dapatkan nilai $r_{\text{tabel}} = 0,1546$

c. Mencari Nilai r hitung

Nilai r hitung pada software *SPSS* 16 dapat dilihat pada nilai CORRECTED ITEM TOTAL CORELATION nya.

Hasil perhitungan r_{hitung} , dan status atribut dapat dilihat pada Tabel 4.3

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan :

Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ maka butir atau item kuisisioner valid

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka butir atau item kuisisioner tidak valid

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Butir Kepentingan

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
A. Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)			
1. Pengolahan Zakat yang amanah	0,599	0,1546	Valid
2. Menjunjung Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	0,437	0,1546	Valid
3. Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	0,450	0,1546	Valid
4. Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	0,569	0,1546	Valid
B. Dimensi Assurance (Jaminan)			
5. Kerahasiaan nomer pin ATM	0,453	0,1546	Valid
6. Keamanan uang yang ditabung	0,637	0,1546	Valid
7. Keamanan transaksi M-Banking	0,639	0,1546	Valid
8. Keamanan dan rahasia informasi transaksi	0,687	0,1546	Valid
9. Kemudahan transaksi dengan bank lain	0,402	0,1546	Valid
C. Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)			
10. Prosedur pembukaan Tabungan	0,640	0,1546	Valid
11. Kemudahan pelaksanaan transaksi	0,518	0,1546	Valid
12. Sistem antrian dalam pelayanan	0,597	0,1546	Valid
13. Waktu pelayanan (jam buka/tutup)	0,472	0,1546	Valid
D. Dimensi Tangibles (wujud)			
14. Counter atau loket pelayanan nasabah	0,516	0,1546	Valid
15. Penataan interior	0,635	0,1546	Valid

16. Sarana parkir	0,491	0,1546	Valid
17. Kursi ruang Tunggu	0,497	0,1546	Valid
18. Toilet	0,664	0,1546	Valid
E. Dimensi Emphaty (Empati)			
19. Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0,632	0,1546	Valid
20. Kepedulian Bank terhadap masyarakat	0,594	0,1546	Valid
21. Memberikan perhatian kepada nasabah	0,552	0,1546	Valid
22. Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	0,511	0,1546	Valid
F. Dimensi Responsivenes (Daya tanggap)			
23. Call center 24 jam	0,466	0,1546	Valid
24. Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah	0,530	0,1546	Valid
25. Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah	0,451	0,1546	Valid
26. Kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan nasabah	0,491	0,1546	Valid
27. Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul	0,474	0,1546	Valid

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Butir Kepuasan

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
A. Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)			
1. Pengolahan Zakat yang amanah	0,587	0,1546	Valid
2. Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	0,363	0,1546	Valid
3. Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	0,425	0,1546	Valid
4. Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	0,497	0,1546	Valid
B. Dimensi Assurance (Jaminan)			
5. Kerahasiaan nomer pin ATM	0,257	0,1546	Valid
6. Keamanan uang yang ditabung	0,337	0,1546	Valid
7. Keamanan transaksi M-Banking	0,338	0,1546	Valid
8. Keamanan dan rahasia informasi transaksi	0,481	0,1546	Valid
9. Kemudahan transaksi dengan bank lain	0,166	0,1546	Valid
C. Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)			
10. Prosedur pembukaan Tabungan	0,349	0,1546	Valid
11. Kemudahan pelaksanaan transaksi	0,378	0,1546	Valid
12. Sistem antrian dalam pelayanan	0,580	0,1546	Valid
13. Waktu pelayanan (jam buka/tutup)	0,268	0,1546	Valid
D. Dimensi Tangibles (wujud)			
14. Counter atau loket pelayanan nasabah	0,415	0,1546	Valid
15. Penataan interior	0,390	0,1546	Valid

16. Sarana parkir	0,260	0,1546	Valid
17. Kursi ruang tunggu	0,570	0,1546	Valid
18. Toilet	0,580	0,1546	Valid
E. Dimensi Emphaty (Empati)			
19. Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0,579	0,1546	Valid
20. Kepedulian Bank terhadap masyarakat	0,508	0,1546	Valid
21. Memberikan perhatian kepada nasabah	0,571	0,1546	Valid
22. Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	0,542	0,1546	Valid
F. Dimensi Responsivenes (Daya tanggap)			
23. Call center 24 jam	0,322	0,1546	Valid
24. Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan Nasabah	0,375	0,1546	Valid
25. Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi Nasabah	0,556	0,1546	Valid
26. Kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan nasabah	0,535	0,1546	Valid
27. Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul	0,476	0,1546	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan software spss 16 for windows diatas, dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang ada di dalam kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

4.3.3 Uji Reliabilitas

- a. Menentukan Hipotesis

H_0 : butir-butir kuisioner pealibel

H_1 : butir-butir kuisioner tidak pealibel

- b. Menentukan Nilai r table

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2$, (df) = $75 - 2 = 73$ Nilai r_{tabel} =
0,1546

- c. Menentukan Nilai r_{alpha}

Hasil perhitungan r_{alpha} pada software *SPSS*. 16 dapat dilihat pada nilai ALPHA nya yakni sebesar 0,885. Apabila koefisien Reliabilitas semakin mendekati 1, maka kuisioner dikatakan mempunyai Reliabelitas yang baik.

- d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan

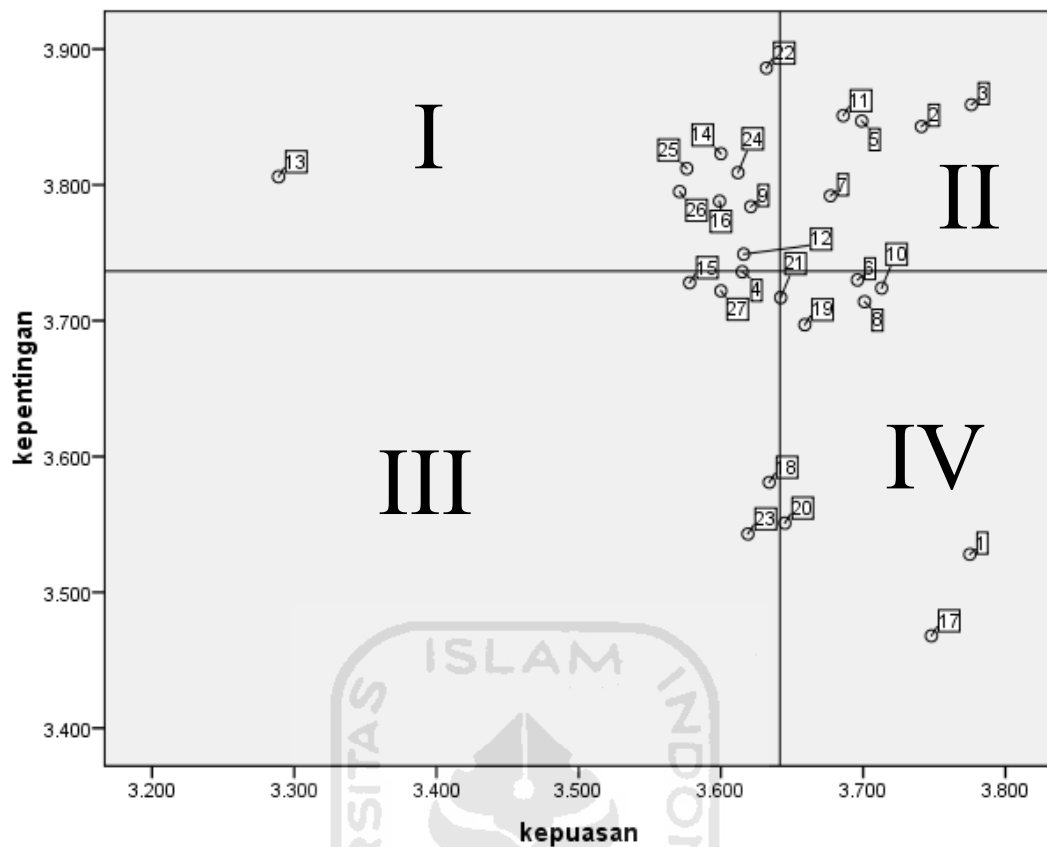
Jika $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir-butir kuisioner Reliabel.

Jika $r_{\text{alpha}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir-butir kuisioner tidak Reliabel.

Kesimpulan : r_{alpha} (0,855) r_{tabel} (0,1546),maka butir-butir kuisionernya Reliabel.

4.3.4 Diagram Kartesius

Hasil dari tingkat-tingkat unsur yang mempengaruhi kepuasan penumpang akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius. Untuk secara jelasnya ditunjukkan pada gambar 4.2



Gambar 4.2 Diagram Kartesius

4.3.5 Perhitungan Fuzzy Servqual

4.3.5.1 Proses Fuzzyfikasi

Proses fuzzyfikasi dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuisioner. Dengan demikian, nilai fuzzyfikasi adalah : Kurang Baik (*KB*) dengan nilai 1,2,3 nilai untuk Cukup Baik (*CB*) adalah 2,3,4 dan nilai sangat baik (*SB*) adalah 3,4,5. Adapun perhitungan Fuzzy Set untuk atribut kepentingan dan kepuasan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Tabel Hasil Fuzzyfikasi kepentingan responden

No.	Atribut	TFN		
		KB	CB	SB
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)				
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	2	3,894	4,689
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	2,75	3,838	4,621
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	3	3,964	4,613
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	3	3,928	4,60
Dimensi Assurance (Jaminan)				
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	3	3,967	4,573
6.	Keamanan uang yang ditabung	2,8	3,823	4,567
7.	Keamanan transaksi M-Banking	3	3,951	4,426
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	2,66	3,882	4,594
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	3	3,953	4,40
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)				
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	2,66	3,870	4,635
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	3	3,966	4,586
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	2,75	3,807	4,689
13.	waktu pelayanan (jam buka/tutup)	3	3,911	4,506

Dimensi Tangibles (wujud)				
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah yang tertata baik	3	3,896	4,573
15.	Penataan interior	2,83	3,787	4,567
16.	Sarana parkir	3	3,977	4,386
17.	Kursi ruang tunggu	2,5	3,863	4,040
18.	Toilet	2	3,866	4,878
Dimensi Emphaty (Empati)				
19.	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	2,5	3,888	4,702
20.	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	2	3,923	4,729
21.	Memberikan perhatian kepada nasabah	2,5	3,842	4,810
22.	Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	3	3,952	4,706
Dimensi Responsiveness (Daya tanggap)				
23.	Call center 24 jam	2	3,928	4,702
24.	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah	3	3,975	4,453
25.	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah	3	3,944	4,493
26.	Kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan nasabah	3	3,918	4,466
27.	Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul	3	3,872	4,293

Contoh Perhitungan :

Nilai *Triangular Fuzzy Number (TFN)* diperoleh dari rata-rata jumlah hasil tabulasi jawaban : responden tiap atribut yang sesuai dengan kategorinya adalah sebagai berikut :

- Kategori Kurang Baik (KB) dengan skor 1,2,3
- Kategori Cukup Baik (CB) dengan skor : 2,3,4
- Kategori Sangat baik (SB) dengan skor : 3,4,5

Nilai defuzzy diperoleh dari rata-rata dari ketiga nilai TFN, dengan tujuan untuk mendapatkan titik beratnya untuk tiap atribut kuisionernya.

Contoh perhitungan TFN skala Kepentingan :

$$\begin{aligned} \text{Kurang Baik (KB)} &= \frac{KB}{n} \\ &= \\ &= 2,5 \end{aligned}$$

Keterangan :

N_{iKB} = Nilai *TFN* jawaban kuisioner pada pertanyaan pertama untuk kategori kurang baik ($N_{KB} = 1,2,3$)

n = jumlah jawaban kuisioner untuk kategori kurang baik ($N_{KB} = 1,2,3$)

Tabel 4.5 Tabel Hasil Fuzzyfikasi kepuasan responden

No.	Atribut	TFN		
		KB	CB	SB
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)				
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	3	3,979	4,346
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	2,857	3,866	4,121
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	3	3,955	4,373
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	3	3,916	4,306
Dimensi Assurance (Jaminan)				
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	3	3,910	4,186
6.	Keamanan uang yang ditabung	3	3,968	4,120
7.	Keamanan transaksi M-Banking	3	3,898	4,133
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	3	3,931	4,173
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	2,75	3,923	4,189
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)				
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	3	3,966	4,173
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	3	3,953	4,106
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	3	3,745	4,103
13.	Waktu pelayanan (jam buka/tutup)	2,47	3,623	3,773
Dimensi Tangibles (wujud)				
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah	2,916	3,790	4,094

15.	Penataan interior	2,928	3,765	4,040
16.	Sarana parkir	2,75	3,926	4,121
17.	Kursi ruang tunggu	3	3,938	4,306
18.	Toilet	2,714	3,833	4,356
Dimensi Emphaty (Empati)				
19.	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	3	3,885	4,093
20.	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	2,857	3,862	4,216
21.	Memberikan perhatian kepada nasabah	3	3,873	4,053
22.	Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	3	3,857	4,040
Dimensi Responsiveness (Daya tanggap)				
23.	Call center 24 jam	3	3,843	4,013
24.	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah	2,833	3,895	4,108
25.	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah	2,923	3,719	4,013
26.	Kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan nasabah	2,833	3,797	4,082
27.	Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul	2,90	3,833	4,067

4.3.5.2 Proses Defuzzyfikasi

Penentuan Derajat Keanggotaan dan defuzzyfikasiatribut

Tabel 4.6 Tabel Derajat keanggotaan dan defuzzyfikasi atribut kepentingan



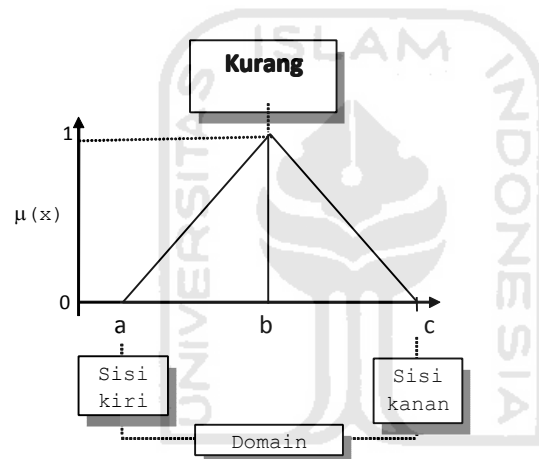
No.	Atribut	$\mu(x)$			Defuzzy
		KB	CB	SB	Fikasi
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)					
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	1	0,106	0,311	2,732
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	0,25	0,162	0,379	3,869
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	0	0,036	0,387	4,558
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	0	0,072	0,400	4,497
Dimensi Assurance (Jaminan)					
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	0	0,033	0,427	4,530
6.	Keamanan uang yang ditabung	0,2	0,177	0,433	3,968
7.	Keamanan transaksi M-Banking	0	0,049	0,574	4,389
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	0,334	0,118	0,406	3,746
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	0	0,047	0,600	4,368
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)					
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	0,334	0,130	0,365	3,722
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	0	0,034	0,414	4,539
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	0,25	0,193	0,311	3,820
13.	waktu pelayanan (jam buka/tutup)	0	0,089	0,494	4,415
Dimensi Tangibles (wujud)					
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah	0	0,104	0,427	4,440
15.	Penataan interior	0,17	0,213	0,433	4,002
16.	Sarana parkir	0	0,023	0,614	4,371
17.	Kursi ruang tunggu	0,5	0,137	0,960	3,543
18.	Toilet	1	0,134	0,122	2,479
Dimensi Emphaty (Empati)					
19.	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0,5	0,112	0,298	3,392
20.	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	1	0,077	0,271	2,658

Contoh perhitungan derajat keanggotaan :

$$\begin{aligned} (\mu_{KB}) &= (c-x) / (c-b) \\ &= (3-2,5) / (3-2) \\ &= 0,5 \end{aligned}$$

Nilai derajat keanggotaan diperoleh dari nilai TFN dengan fungsi keanggotaan sbb

$$\mu(x) = (c-x)/(c-b); \quad b \leq x \leq c, \quad \text{dimana } b=2, c=3$$



Gambar 4.4 Kurva TFN untuk kriteria Kurang Baik menurut responden.

- Contoh perhitungan defuzzyfikasi pertanyaan pertama atribut kepentingan metode centroid, yaitu:

$$= 2,732$$

Tabel 4.7 Tabel Derajat keanggotaan dan defuzzyfikasi atribut kepuasan



No.	Atribut	$\mu(x)$			Defuzzyfikasi
		KB	CB	SB	
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)					
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	0	0,021	0,654	4,335
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	0,143	0,134	0,879	3,935
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	0	0,045	0,627	4,345
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	0	0,084	0,694	4,264
Dimensi Assurance (Jaminan)					
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	0	0,090	0,814	4,159
6.	Keamanan uang yang ditabung	0	0,032	0,880	4,115
7.	Keamanan transaksi M-Banking	0	0,102	0,867	4,108
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	0	0,069	0,827	4,154
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	0,25	0,077	0,811	3,855
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)					
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	0	0,034	0,827	4,165
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	0	0,047	0,894	4,098
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	0	0,255	0,897	4,024
13.	waktu pelayanan (jam buka/tutup)	0,53	0,377	1,227	3,423
Dimensi Tangibles (wujud)					
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah	0,084	0,210	0,906	3,958
15.	Penataan interior	0,072	0,235	0,960	3,926
16.	Sarana parkir ya	0,25	0,074	0,879	3,824
17.	Kursi ruang tunggu	0	0,062	0,694	4,276
18.	Toilet	0,286	0,167	0,644	3,848
Dimensi Emphaty (Empati)					
19.	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0	0,115	0,907	4,070

4.3.5.3 Pengukuran Service Quality

1. Perhitungan Gap

Tabel 4.8 Harapan, Persepsi, dan Gap, Tiap Atribut



No.	Atribut	Kepuasan	Kepentingan	Gap
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)				78
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	4,335	2,732	1,603
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	3,935	3,869	0,066
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	4,345	4,558	-0,213
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	4,264	4,497	-0,234
	Mean	4,220	3,914	0,306
Dimensi Assurance (Jaminan)				
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	4,159	4,530	-0,371
6.	Keamanan uang yang ditabung	4,115	3,968	0,147
7.	Keamanan transaksi M-Banking	4,108	4,389	-0,280
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	4,154	3,746	0,409
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	3,855	4,368	-0,513
	Mean	4,078	4,200	-0,122
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)				
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	4,165	3,722	0,443
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	4,098	4,539	-0,441
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	4,024	3,820	0,203
13.	waktu pelayanan (jam buka/tutup)	3,423	4,415	-0,992
	Mean	3,927	4,124	-0,197
Dimensi Tangibles (wujud)				
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah	3,958	4,440	-0,482
15.	Penataan interior	3,926	4,002	-0,076
16.	Sarana parkir	3,824	4,371	-0,547
17.	Kursi ruang tunggu	4,276	3,543	0,733
18.	Toilet	3,848	2,479	1,370
	Mean	3,966	3,767	0,199

2. Perhitungan nilai kualitas pelayanan tiap dimensi

Tabel 4.9 Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No.	Dimensi	Kepuasan (P)	Kepentingan (H)	Gap	$Q = P/H$
1	Prinsip dan Hukum Islam	4,220	3,914	0,306	1,078
2	Jaminan	4,078	4,200	0,122	0,971
3	Kehandalan	3,927	4,124	0,197	0,952
4	Bukti Fisik	3,966	3,767	0,200	1,053
5	Empati	4,026	3,480	0,547	1,157
6	Daya Tanggap	3,924	4,036	0,113	0,972
	Mean	4,024	3,920	0,104	1,026

Jika kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik

4.3.5.4 Pemilihan atau perangkaian atribut untuk dilakukan perbaikan

Tabel 4.10 Hasil perangkaian Atribut

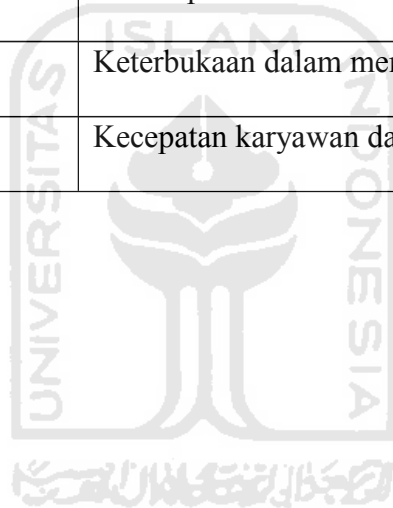


No.	Atribut	Gap	Rangking
Dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum Islam)			
1.	Pengolahan Zakat yang amanah	1,603	4
2.	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	0,066	3
3.	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	-0,213	2
4.	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	-0,234	1
Dimensi Assurance (Jaminan)			
5.	Kerahasiaan nomer pin ATM	-0,371	2
6.	Keamanan uang yang ditabung	0,147	4
7.	Keamanan transaksi M-Banking	-0,280	3
8.	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	0,409	5
9.	Kemudahan transaksi dengan bank lain	-0,513	1
Dimensi Reliability (dapat dipercaya/kehandalan)			
10.	Prosedur pembukaan Tabungan	0,443	4
11.	Kemudahan pelaksanaan transaksi	-0,441	2
12.	Sistem antrian dalam pelayanan	0,203	3
13.	waktu pelayanan (jam buka/tutup)	-0,992	1
Dimensi Tangibles (wujud)			
14.	Counter atau loket pelayanan nasabah	-0,482	2
15.	Penataan interior	-0,076	3
16.	Sarana parkir	-0,547	1
17.	Kursi ruang tunggu	0,733	4
18.	Toilet	1,370	5
Dimensi Emphaty (Empati)			
19.	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	0,678	2
20.	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	1,329	4
21.	Memberikan solusi terhadap komplain	0,764	3

Rangkuman atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki kualitasnya dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11 Butir yang di Prioritaskan untuk tiap dimensi

No.	Dimensi	Butir
1	Prinsip dan Hukum Islam	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi
2	Jaminan	Kemudahan transaksi dengan bank lain
3	Kehandalan	Waktu pelayanan (jam buka/tutup)
4	Bukti Fisik	Sarana parkir
5	Empati	Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran
6	Daya Tanggap	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

5.1.1 Pengujian Validitas

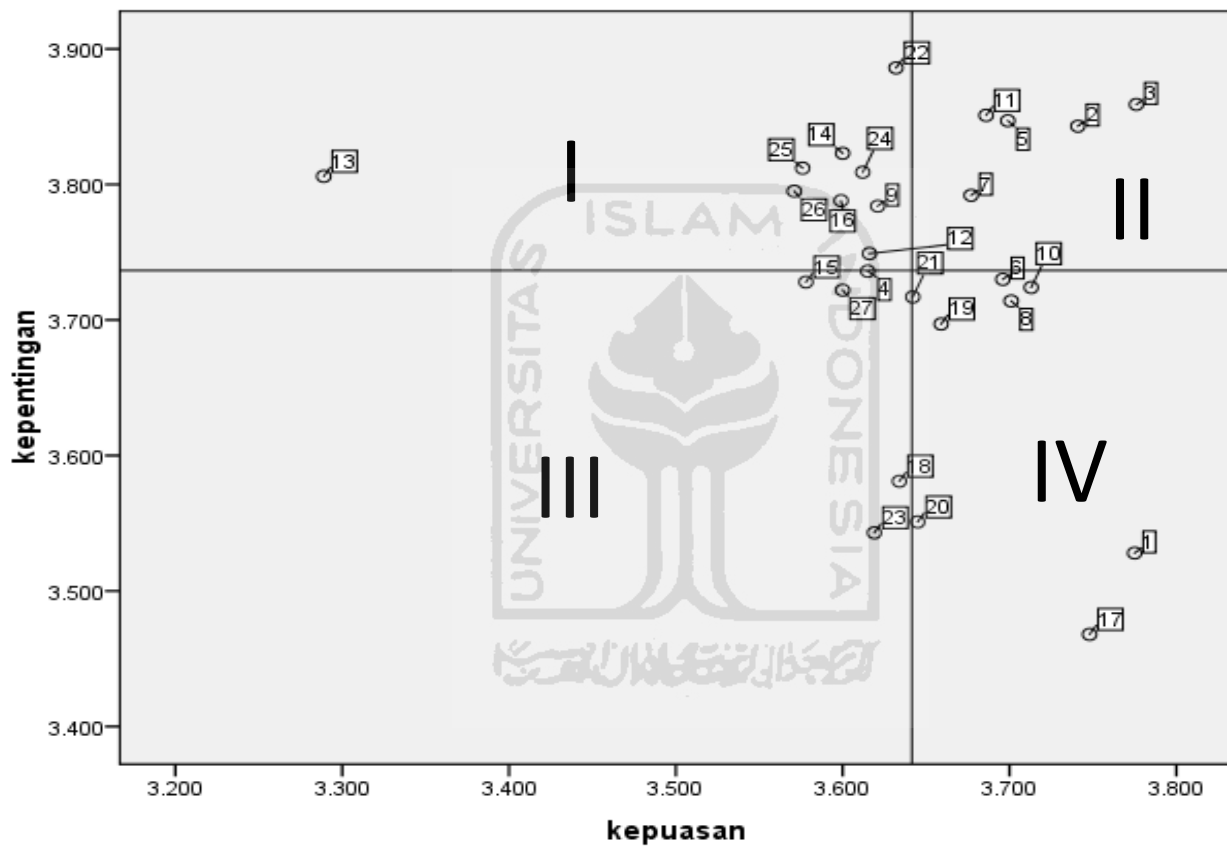
Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 16 for Windows yang hasilnya dapat dilihat pada Corrected Item-Total Correlation. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya dengan 1 (satu) iterasi karena seluruh data telah valid pada iterasi pertama.

5.1.2 Pengujian Reliabilitas

Pengolahan data dengan bantuan *software* SPSS 16 menghasilkan r alpha sebesar 0,885 (dapat dilihat dari nilai Cronbach'Alpha). Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuisioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai r alpha (0,885) (0,1546). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuisioner reliabel. Ini berarti bahwa berapa kali pun atribut-atribut kuisioner ditanyakan kepada responden yang belainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

5.2 Diagram Kartesius

Hasil perhitungan nilai X (rata-rata skor Kepuasan) dan Y (rata-rata skor kepentingan) kemudian dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pengukuran dilakukan untuk mencari urutan prioritas perbaikan layanan.



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius diatas, atribut-atribut pernyataan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Kuadran I

Kuadran I ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh nasabah tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (kenyataan yang diperoleh masih sangat rendah) atau skor kepentingan lebih besar dari skor kepuasan nasabah.. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Atribut-atribut pada kuadran ini merupakan kekurangan atau kelemahan yang dimiliki oleh Bank syariah mandiri cikditiro dalam kinerja pelayanan yang mereka terapkan. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran I yang prioritas perbaikan berdasarkan skor kepuasan yang lebih rendah dari skor kepentingan.

Tabel 5.1 Atribut-atribut Dalam Kuadran I

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	\bar{X}	\bar{Y}
1	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	<i>Compliance</i>	3,714	3,843
2	Kemudahan transaksi dengan bank lain	<i>Assurance</i>	3,621	3,784
3	Waktu pelayanan (jam buka/tutup)	<i>Reliability</i>	3,289	3,806
4	Sarana parkir	<i>Tangibles</i>	3,599	3,788
5	Counter atau loket pelayanan nasabah	<i>Tangibles</i>	3,600	3,823
6	Sistem antrian dalam pelayanan	<i>Reliability</i>	3,616	3,749
7	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah	<i>Responsiveness</i>	3,612	3,809
8	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah	<i>Responsiveness</i>	3,576	3,812
9	Kemampuan bank cepat tanggap terhadap	<i>Responsiveness</i>	3,571	3,795

	keluhan nasabah			
10	Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	<i>Emphaty</i>	3,632	3,886

Seluruh atribut pada kuadran I memiliki nilai kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan nilai kepentingan, sehingga seluruh atribut pada kuadran ini memerlukan perbaikan (*action*).

Atribut Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi dengan nilai kepuasan 3,714 dan kepentingan 3,843. Nasabah kurang mengerti tentang konsep tidak ada riba pada bank syariah. Oleh karena itu Bank syariah mandiri membuat brosur yang Menjelaskan secara terbuka kepada nasabah tentang system bagi hasil agar tidak ada unsur riba.

Atribut Kemudahan transaksi dengan bank lain dengan nilai kepuasan 3,621, dan kepentingan 3,784. Nasabah mengeluhkan susahnya transaksi dengan bank lain terutama dalam transfer uang ke rekening bank lain, oleh karena itu pihak bank harus memperbaiki system transaksi dengan bank lain agar lebih mudah dalam melakukan transaksi dengan bank lain.

Atribut Waktu pelayanan (jam buka/tutup) dengan nilai kepuasan 3,289 dan nilai kepentingan 3,806. Nasabah mengeluhkan jam layanan tidak konsisten, maka Pihak bank menerapkan sikap disiplin kepada karyawannya.

Atribut Sarana parkir dengan nilai kepuasan 3,599 dan kepentingan 3,788. Para nasabah yang membawa kendaraan, terutama kendaraan roda 4 (empat) mengeluh karena luasnya tempat parkir, sehingga tidak jarang mereka harus parkir dipinggir jalan raya karena penuhnya tempat parkir oleh kendaraan roda 2 (dua), Agar kepuasan nasabah dapat tercapai, hendaknya pihak bank mandiri dapat memperlebar

tempat parkir dan mempunya petugas parkir yang handal dalam mengatur parkir agar kendaraan terparkir rapi serta menjaga keamanan kendaraan.

Atribut Counter atau loket pelayanan nasabah dengan nilai kepuasan 3,600 dan kepentingan 3,823 . Nasabah merasa tidak nyaman dengan kondisi loket pelayanan yang berantakan, sebaiknya karyawan merapikan loket pelayanan agar tidak berantakan.

Sistem antrian dalam pelayanan dengan nilai kepuasan 3,616 dan kepentingan 3,749. Kegesitan dalam melayani nasabah dan pelayanan yang dimulaisecepatnya dapat membuat suatu transaksi dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat sehingga tidak menimbulkan antrian yang panjang.

Atribut kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah nilai kepuasan 3,612 dan kepentingan 3,809. Karyawan harus mempunyai kemampuan komonikasi yang baik dalam menyampaikan solusi permasalahan terhadap nasabah. Sebaiknya karyawan mengikuti pelatihan-pelatihan ataupun seminar yang dapat meningkatkan kualitas berkomunikasi dengan nasabah.

Atribut kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah dengan nilai kepuasan 3,576 dan kepentingan 3,812. Penyebab perbedaan tingkat kepuasan pelayanan pada atribut ini dapat disebabkan oleh usia, pola pikir, dan sudut pandang yang berbeda. Kita mengetahui bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri terdiri dari berbagai macam usia dan status sosial. Untuk itu alangkah baiknya jika karyawan khususnya yang langsung berhubungan dengan nasabah dapat mengenal siapa orang yang dihadapinya, apakah ia seorang ibu rumah tangga/pensiunan atau seorang pelajar dan mahasiswa. Sikap dalam menghadapi setiap nasabah harus proporsional sesuai dengan nasabah yang dihadapi

Atribut Kemampuan bank cepat tanggap terhadap keluhan nasabah dengan nilai kepuasan 3,571 dan kepentingan 3,795. Keluhan yang ada harus segera dicari akar penyebab masalahnya, kemudian diselesaikan secepatnya sehingga tidak terjadi keluhan serupa atau keluhan lainnya.

Atribut Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran dengan nilai kepuasan 3,632 dan kepentingan 3,886. Mengenai atribut “Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran” hal ini telah disediakan juga oleh pihak bank berupa adanya kotak kritik saran bagi para nasabah. Dari pengamatan saya dilapangan, kotak tersebut sudah ditempatkan pada tempat yang strategis. Masukan untuk perusahaan sebaiknya pihak bank dapat memberikan informasi kepada nasabah tentang adanya kotak saran tersebut. Karena mungkin ada sebagian dari nasabah tidak mengetahui adanya kotak saran tersebut, menempatkan “formulir saran” bukan hanya dekat kotak saran tersebut melainkan dapat ditempatkan pada tempat pengambilan slip-slip transaksi, dan memberikan informasi mengenai kapan bank akan memberikan tanggapan mengenai keluhan/saran tersebut (misal setiap 2 minggu sekali). Hal-hal tersebut dilakukan dengan harapan agar nasabah tahu bahwa pihak bank benar-benar ingin memperhatikan kepuasan dari nasabahnya.

5.2.2 Kuadran II

Kuadran II disebut sebagai daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan nasabah, sehingga dapat memuaskan nasabah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah :

Tabel 5.2 Atribut-atribut Dalam Kuadran II

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	\bar{X}	\bar{Y}
----	-------------------	---------	-----------	-----------

1	Kemudahan pelaksanaan transaksi	<i>Reliability</i>	3,686	3,851
2	Kerahasiaan nomer pin ATM	<i>Assurance</i>	3,699	3,847
3	Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah	<i>Compliance</i>	3,615	3,736
4	Keamanan transaksi M-Banking	<i>Assurance</i>	3,677	3,792
5	Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	<i>Compliance</i>	3,776	3,859

5.2.3 Kuadran III

Kuadran III ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh penumpang dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Kuadran ini disebut daerah prioritas terendah. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

Akan tetapi, bukan berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan, karena di masa yang akan datang atribut tersebut bisa menjadi tuntutan bagi pihak bank dalam menjalankan kinerja kualitas pelayanannya. Pada tabel berikut ini dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran III.

Tabel 5.3 Atribut-atribut Dalam Kuadran III

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	\bar{X}	\bar{Y}
1	Penataan interior	<i>Tangibles</i>	3,578	3,728
2	Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul	<i>Responsiveness</i>	3,600	3,722

3	Toilet	<i>Tangibles</i>	3,634	3,581
4	Call center 24 jam	<i>Responsiveness</i>	3,619	3,543

5.2.4 Kuadran IV

Kuadran IV ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya diterima atau dirasakan terlalu berlebihan akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang perlu dibenahi.

Pada tabel berikut ini dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran IV.

Tabel 5.4 Atribut-atribut Dalam Kuadran IV

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	\bar{X}	\bar{Y}
1	Pengolahan Zakat yang amanah	<i>Compliance</i>	3,775	3,528
2	Keamanan uang yang ditabung	<i>Assurance</i>	3,696	3,730
3	Keamanan dan rahasia informasi transaksi	<i>Assurance</i>	3,701	3,714
4	Prosedur pembukaan Tabungan	<i>Reliability</i>	3,710	3,724
5	Kursi ruang tunggu	<i>Tangibles</i>	3,748	3,468
6	Kesopanan karyawan terhadap nasabah	<i>Empati</i>	3,659	3,697
7	Kepedulian Bank terhadap masyarakat	<i>Empati</i>	3,645	3,551
8	Memberikan perhatian kepada nasabah	<i>Empati</i>	3,642	3,717

5.3 Analisis Fuzzy ServQual

Analisis ServQual gap model CARTER dilakukan dengan melihat kesenjangan (gap) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan mahasiswa dengan penilaian nasabah mengenai pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri. Gap bernilai

negatif (-) ini berarti bahwa jasa yang dipresepsikan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan. Jika gap mendekati nilai nol maka makin sedikit kesenjangan yang terjadi dan jika kinerja yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kriteria yang diharapkan konsumen maka perusahaan mendapatkan citra dan dampak positif. Analisis ServQual tiap dimensi dapat dijabarkan sebagai berikut berdasarkan atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki :

Tabel 5.5 Butir yang di Prioritaskan untuk tiap dimensi

No.	Dimensi	Butir	Kepuasan	Kepentingan	Gap
1	Prinsip dan Hukum Islam	Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi	3,914	4,220	-0,234
2	Jaminan	Kemudahan transaksi dengan bank lain	3,855	4,368	-0,513
3	Kehandalan	Waktu pelayanan (jam buka/tutup)	3,423	4,415	-0,992
4	Bukti Fisik	Sarana parkir	3,824	4,371	-0,547
5	Empati	Keterbukaan dalam menerima kritik dan Saran	4,016	4,600	-0,584
6	Daya Tanggap	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah	3,924	4,036	-0,528

1. Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) memiliki nilai gap terbesar dibanding keempat dimensi lainnya. Dimensi ini memiliki nilai mean skor

Kepentingan sebesar 4,124 dan mean skor Kepuasan sebesar 3,927, sehingga besar gap yang terjadi adalah -0,197. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketepatan waktu pelayanan (jam buka/tutup) perlu diprioritaskan untuk diperbaiki, dalam hal ini pihak bank kurang memenuhi kepentingan nasabah secara optimal, hal ini ditunjukkan dengan skor kepuasan yang lebih rendah yaitu sebesar (3,423) daripada skor kepentingan yang lebih tinggi yaitu sebesar (4,415) sehingga terjadi gap sebesar (-0,992). Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini, atribut tersebut dinilai perlu untuk mendapatkan prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan dari nasabah akan atribut tersebut tinggi sedangkan prespsinya selama ini rendah.

Adapun urutan gap dari nilai terbesar ke nilai terkecil adalah ; atribut “Waktu pelayanan (jam buka/tutup)” dengan nilai gap sebesar (-0,992), atribut “Kemudahan pelaksanaan transaksi” dengan nilai gap sebesar (-0,441), atribut “Sistem antrian dalam pelayanan dengan nilai gap sebesar (0,203), kemudian atribut “Prosedur pembukaan Tabungan” dengan nilai gap sebesar (0,443).

2. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi Jaminan (*Assurance*) menduduki peringkat kedua dengan nilai gap sebesar (-0,122). Dimensi ini memiliki mean skor Kepentingan sebesar (4,200) dan mean skor kepuasan sebesar (4,078). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah menginginkan pihak bank untuk kemudahan transaksi dengan bank lain, dalam hal ini pihak bank kurang memenuhi kepentingan nasabah secara optimal, hal ini ditunjukkan dengan skor kepuasan yang lebih rendah yaitu (3,855) daripada skor kepentingan yang lebih tinggi yaitu sebesar (4,368) sehingga terjadi gap sebesar (-0,513). Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini, atribut tersebut dinilai perlu untuk

mendapatkan prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan dari nasabah akan atribut tersebut tinggi sedangkan prespsinya selama ini rendah.

Adapun urutan gap dari nilai terbesar kenilai terkecil adalah ; atribut “Kemudahan transaksi dengan bank lain” dengan nilai gap sebesar (-0,513), atribut “keamanan dan rahasia informasi dan transaksi” dengan nilai gap sebesar (-0,409), atribut “Kerahasian nomer pin ATM” dengan nilai gap sebesar (-0,371), atribut “Keamanan transaksi M-Banking” dengan nilai gap sebesar (-0,280), atribut “keamanan uang yang ditabung” dengan nilai gap sebesar (0,147).

3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi Daya tanggap menduduki peringkat Ketiga dengan nilai mean skor kepentingan (4,036) dan ,mean skor kepuasan sebesar (3,924) sehingga terdapat gap sebesar (-0,113). Pada hasil penelitian terlihat bahwa kesenjangan gap terbesar terjadi pada atribut (no.25) dengan nilai kesenjangan gap sebesar (-0,,528). Hal ini membuktikan bahwa nasabah merasa belum puas dengan Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah, ini ditunjukkan dengan skor Kepuasan lebih rendah yaitu sebesar (3,924) daripada skor Kepentingan yang lebih tinggi yaitu sebesar (4,036). Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini, atribut tersebut dinilai perlu untuk mendapatkan prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan dari nasabah akan atribut tersebut tinggi sedangkan prespsinya selama ini rendah.

Adapun urutan gap dan nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil adalah, atribut “Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah” dengan nilai gap sebesar (-0,518), atribut “kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah” dengan niali gap sebesar (-0,526), atribut “Kemampuan bank dalam menanggapi masalah yang timbul” dengan nilai gap sebesar (0,518), atribut “Kemampuan bank

cepat tanggap terhadap keluhan nasabah” dengan nilai gap sebesar (-0,291), atribut “Adanya call center” dengan nilai gap sebesar (1,301).

4. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*) menduduki peringkat keempat dengan nilai gap sebesar (0,200). Dimensi ini memiliki mean skor Kepentingan sebesar (3,767) dan mean skor Kepuasan sebesar (3,966).

Adapun urutan kesenjangan gap nilai yang paling besar kenilai yang paling kecil adalah : atribut “Sarana parkir” dengan nilai gap sebesar (-0,547), Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini, atribut tersebut dinilai perlu untuk mendapatkan prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan dari nasabah akan atribut tersebut tinggi sedangkan perspsinya selama ini rendah. Kemudian atribut “Counter atau loket pelayanan nasabah” dengan nilai gap sebesar (-0,482), atribut “Penataan interior” dengan nilai gap sebesar (-0,076), atribut “Kursi ruang tunggu” dengan nilai gap sebesar (0,733), atribut “Toilet” dengan nilai gap sebesar (1,370).

5. Dimensi Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*)

Dimensi terlihat bahwa dimensi Compliance (Prinsip dan Hukum islam) menduduki peringkat lima dengan nilai gap sebesar (0,306). Dimensi ini memiliki mean skor Kepentingan sebesar (3,914) dan mean skor kepuasan sebesar (4,220). Dari hasil penelitian (menunjukkan bahwa nasabah menginginkan pihak bank untuk “Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi” dilihat dari nilai gap sebesar (-0,234). Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini, atribut tersebut dinilai perlu untuk mendapatkan prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan dari nasabah akan atribut tersebut tinggi sedangkan perspsinya selama ini rendah.

Adapun urutan kesenjangan gap dari yang paling besar kenilai yang paling kecil adalah ; atribut “Pengolahan Zakat yang amanah” dengan nilai gap sebesar (-0,234),

atribut “Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal” dengan nilai gap sebesar (-0,213), atribut “Bank syariah menerapkan pelayanan titipan murni kepada nasabah” dengan nilai gap sebesar (0,066), atribut terakhir yaitu “Tidak ada riba, gharar, maisir dalam transaksi” dengan nilai gap sebesar (1,603).

6. Dimensi Empati(*Empathy*)

Dimensi terlihat bahwa Dimensi Empati (*Empathy*) menduduki peringkat keenam dengan nilai mean skor kepentingan sebesar (3,480) dan mean skor keuasan sebesar (4,026) sehingga terdapat gap sebesar (0,547). Pada Hasil penelitian terlihat bahwa kesenjangan gap terbesar terjadi pada atribut (no22) dengan nilai kesenjangan gap sebesar (-0,584). Hal ini membuktikan bahwa nasabah belum merasa puas dengan “Keterbukaan bank dalam menerima kritik dan saran” ini ditunjukkan dengan skor Kepuasan lebih rendah yaitu sebesar (4,016) daripada skor Kpentingan yang lebih tinggi yaitu sebesar (4,600).

adapun urutan kesenjangan gap dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil adalah ; atribut “Keterbukaan dalam menerima kritik dan saran” dengan nilai gap sebesar (-0,584), atribut “Kesopanan karyawan terhadap nasabah” dengan nilai gap sebesar (0,678), atribut “ Memberikan perhatian kepada nasabah” dengan nilai gap sebesar (0,764), atribut “Kepedulian Bank terhadap masyarakat” dengan nilai gap sebesar (1,329).

Kualitas pelayanan setiap kriteria pelayanan digambarkan oleh nilai gap antara penilaian persepsi kriteria pelayanan dan penilaian harapan pelanggan terhadap kriteria yang sama. Nilai gap negatif menunjukkan kualitas pelayanan suatu kriteria kurang baik sehingga perlu ditingkatkan. Idealnya nilai gap antara persepsi dan harapan adalah nol. dalam kondisi demikian, Harapan pelanggan terhadap suatu kriteria

pelayanan adalah sama dengan persepsi pelanggan terhadap kriteria yang sama. Bila nilai gap positif, maka hal itu menunjukkan kualitas bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu kriteria pelayanan melebihi harapannya terhadap kriteria yang sama. Semakin besar nilai negatif suatu gap pada suatu kriteria pelayanan, semakin besar pula prioritaskan peningkatan kualitas pelayanan dari kriteria pelayanan tersebut.

Dari urutan dimensi tersebut diatas, terlihat bahwa nasabah sangat mengharapkan atribut-atribut pelayanan dalam dimensi Keandalan (*Reliability*) lebih diutamakan oleh pihak bank karena nasabah sangat mengharapkan perusahaan mempunyai keandalan dalam sistem yang ada seperti melaksanakan Ketepatan waktu pelayanan (jam buka/tutup),kemudahan pelaksanaan transaksi,prosedur pelayanan yang tidak berbelit.

Berdasarkan Skor Kepentingan dan skor kepuasan yang telah diperoleh untuk tiap dimensi, maka penggolongan kualitas untuk tiap dimensi menunjukkan bahwa kualitas Keandalan (*Reliability*) memiliki nilai kualitas sebesar (0,952) atau $(Q) < 1$, dalam metode ServQual jika $(Q) < 1$ menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan belum memenuhi kepentingan para nasabahnya,hal ini juga terjadi juga pada dimensi jaminan (*Assurance*) memiliki nilai kualitas sebesar (0,971) dan dimensi daya tnggap (*Responsiveness*) dengan nilai kualitas (0,972). Sedangkan untuk dimensi Bukti Fisik memiliki nilai kualitas sebesar (1,053), dimensi Prinsip dan Hukum Islam memiliki nilai kualitas sebesar (1,078) dan dimensi Empati memiliki nilai kualitas sebesar (1,157) atau $(Q) > 1$, dimana dalam metode ServQual jika $(Q) > 1$ maka menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan dikatakan baik atau dengan kata lain kualitas pelayanan sudah dapat memenuhi kepentingan nasabahnya.

Sesuai dengan konsep diagram kartesius, yang menjadi fokus perbaikan adalah atribut yang berada di kuadran I, dan seperti yang kita lihat atribut yang perlu

diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan dengan Fuzzy Service quality berdasarkan hasil analisis gap terdapat pada kuadran I.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa Fuzzy-ServQual yang telah dilakukan, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Layanan yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Cik-Diktiro Yogyakarta sudah memenuhi keinginan para nasabah secara optimal hal ini dapat dilihat dari nilai kualitas pelayanan rata-rata yang di dapatkan adalah sebesar (1,031) atau $Q > 1$, dimana dalam metode ServQual jika $Q > 1$ maka menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan adalah baik.
2. Atribut-atribut pelayanan yang perlu dikembangkan dan diperbaiki kualitasnya:
 - a) Dimensi Prinsip dan Hukum Islam atribut no.2 yaitu **Pengolahan Zakat yang amanah**, hal ini dapat dilihat sebagian nasabah yang mengeluhkan masih adanya unsure riba dalam transaksi.
 - b) Dimensi Jaminan pada atribut no.9 yaitu **Kemudahan transaksi dengan bank lain**, karena susahnya bank syariah melakukan transaksi ke bank lain.
 - c) Dimensi Keandalan pada atribut no.13 yaitu **Waktu pelayanan (jam buka/tutup)**, dikarenakan ada nasabah yang merasa waktu pelayanan buka dan tutup bank terlalu cepat atau tidak konsisten.

- d) Dimensi Bukti fisik pada atribut no.16 yaitu **Sarana parkir**, adalah prioritas utama yang harus diperbaiki kualitasnya, karena lahan parkir yang tersedia kurang dapat menampung kendaraan para nasabah..
- e) Dimensi Empati pada atribut no.22 yaitu **Keterbukaan dalam menerima kritik dan saran**, hal ini terlihat adanya nasabah yang merasa kecewa akan keluhan mereka yang belum atau kurang ditanggapi oleh pihak bank.
- f) Dimensi Daya tanggap pada atribut no.25 yaitu **Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi nasabah**, hal ini dikarenakan lambatnya karyawan dalam menyelesaikan transaksi terhadap nasabahnya.

6.2 Saran

Pada bagian ini,ada beberapa hal yang ingin kami sarankan kepada pihak manajemen Bank syariah Mandiri Cabang Cik-Dikthro Yogyakarta,yaitu sebagai berikut:

1. Pihak bank harus cepat membrikan informasi yang akurat dan jelas kepada nasabahnya jika terjadi perubahan atau pemberitahuan.
2. Pihak bank harus lebih memperbaiki sistem transaksi ke bank lain, agar nasabah lebih mudah transaksi dengan bank lain.
3. Bank sayariah mandiri harus disiplin lagi dalam ketetapan waktu pelayanan jam buka dan tutup.
4. Petugas parkir yang ada harus pintar-pintar menata kendaraan agar lebih efisien tempat atau bile memungkinkan untuk membangun area parkir yang lebih luas.
5. Meletakan kotak saran dan from saran ditempat yang lebih strategis, dan menginformasikan mengenai tanggapan bank terhadap keluhan/saran tersebut.

6. Diharapkan karyawan untuk meningkatkan kemampuan kecepatan dalam menyelesaikan transaksi kepada nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Gasperz, V., (1997). *Manajemen Kualitas, Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta :Gramedia Pustaka Mulia.
- Hendriadi, 2005. *Analisis Tingkat kepuasan nasabah pada bisnis perbankan syariah di Yogyakarta berdasarkan carter*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Kotler, Philip., (1994). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumadewi, S., (2004). *Artificial Intelligence Teknik dan Aplikasinya*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Maulvi, Z., (2006). *Penggunaan Dimensi Service Quality (Servqual) Dan Pengukuran Tingkat Sigma Dalam Pengendalian Kualitas Kinerja Layanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Much. Djunaidi, Eko,s., dan Tri, H., (2006). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol.4, no.3, April
- Otman. Abdul Qowi and Owen, Lynn (2001) , “The multi dimensionality of carter model to *measure cutomer service quality (SQ)* in Islamic Banking Industri: a

study in kuwait finance House “, *internasional Journal of Islamic Finansial Service*, Vol. 3 No.4

Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Costumer Perception and Expectation*. New york : The Free Press, A Division of Macmillan.

Putra K, 2011. *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Guna Memenuhi Kepuasan Penumpang Dengan Pendekatan Metode Fuzzy Servqual*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta

Rose, R.C.; Uli, J.; And, M.A.; dan Ng, K.L. 2004. ‘Hospital service quality: a managerial challenge’. *International Journal of Health Care Quality Management*, Vol. 17 No. 3, pp. 146 – 159.

Supranto, J., 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

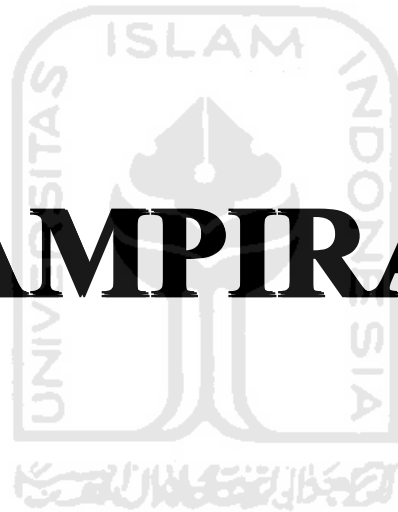
Tahir dan Mazlina, 2007. *Service Quality Gap and Customers’ Satisfactions of Commercial Banks in Malaysia*. *International Review of Business Research Papers*, Vol. 3 No.4 October 2007 Pp.327-336.

Tjiptono, Fandy. 1996. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Yogya.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Yogya.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Service quality & satisfaction*. Yogyakarta, Andi Yogya

LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN

Saya adalah mahasiswa jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, UII yang sedang mengerjakan skripsi sebagai pemenuhan tugas akhir. Kuesioner ini digunakan untuk melengkapi data skripsi Saya yang berjudul "Analisis Mutu Pelayanan kualitas Jasa Perbankan Syariah Menggunakan metode Fuzzy - Service Quality berdasarkan adaptasi model CARTER.

Atas perhatian dan waktunya dalam mengisi kuesioner ini Saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Intan Ferry Atmaja



Petunjuk Umum

1. Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.
2. Ada lima alternatif jawaban, yaitu :

Skala kepentingan/harapan

1. Sangat Tidak Penting
2. Tidak Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

Skala kepuasan

1. Sangat Tidak puas
2. Tidak Puas
3. Cukup Puas
4. Puas
5. Sangat Puas

I. Identitas Responden

1. Nama Anda (boleh diisi,boleh tidak.)
2. Alamat Anda saat ini (boleh diisi,boleh tidak.)
3. Usia Anda saat ini..... (silahkan diisi)
4. Jenis kelamin Anda?
 - a. Pria
 - b. Wanita
5. Status Anda saat ini:
 - a. Menikah
 - b. Belum menikah
 - c. Duda/Janda

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah doa sebelum menjawab pertanyaan.
2. Berikan jawaban dengan jujur dan sesuai dengan keadaan sebenarnya.
3. Berikan tanda (X) pada salah satu skala yang tersedia pada kolom jawaban.

Kepentingan

→ **Reliability**

[DataSet0]

Scale: ALL**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	118.1600	75.650	.599	.923
x2	118.2000	77.324	.437	.925
x3	118.1867	77.451	.450	.925
x4	118.2800	75.042	.569	.923
x5	118.2533	77.111	.453	.925
x6	118.3467	74.094	.637	.922
x7	118.3333	75.360	.639	.922
x8	118.3200	74.058	.687	.921
x9	118.4000	77.649	.402	.926
x10	118.3333	74.550	.640	.922
x11	118.1733	76.875	.518	.924
x12	118.1867	74.857	.597	.923
x13	118.2933	76.697	.472	.925
x14	118.2000	76.351	.516	.924
x15	118.3333	73.874	.635	.922
x16	118.4133	77.084	.491	.924
x17	118.1467	76.424	.497	.924
x18	118.0267	75.675	.664	.922
x19	118.2000	74.973	.632	.922
x20	118.1733	75.659	.594	.923
x21	118.0933	76.059	.552	.923
x22	118.1067	77.151	.511	.924
x23	118.2133	76.819	.466	.925
x24	118.3467	76.635	.530	.924
x25	118.3067	77.107	.451	.925
x26	118.3333	76.523	.491	.924
x27	118.4400	77.061	.474	.925

Kepuasan

➔ **Reliability**

[DataSet0]

Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	106.0933	46.815	.587	.874
x2	106.1333	47.955	.363	.879
x3	106.0667	47.685	.425	.878
x4	106.3467	46.905	.497	.876
x5	106.2800	48.880	.257	.882
x6	106.3200	49.085	.337	.880
x7	106.3067	48.378	.338	.880
x8	106.2667	47.550	.481	.876
x9	106.3733	49.805	.166	.883
x10	106.2667	48.766	.349	.879
x11	106.3333	48.739	.378	.879
x12	106.4267	45.653	.580	.873
x13	106.5867	48.840	.268	.881
x14	106.4400	47.250	.415	.878
x15	106.4933	47.470	.390	.879
x16	106.4267	49.437	.260	.881
x17	106.1333	46.604	.570	.874
x18	106.2800	45.556	.580	.873
x19	106.3867	46.781	.579	.874
x20	106.3200	46.680	.508	.875
x21	106.3867	46.835	.571	.874
x22	106.4000	46.919	.542	.875
x23	106.4533	48.467	.322	.880
x24	106.4267	48.410	.375	.879
x25	106.5200	46.550	.556	.874
x26	106.5067	46.983	.535	.875
x27	106.4667	47.279	.476	.876